

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

Evidenčné číslo: 102005/B/2020/36100139013263876

TRADIČNÉ A REGIONÁLNE PRODUKTY
PRE ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU

Bakalárska práca

EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE
OBCHODNÁ FAKULTA

**TRADIČNÉ A REGIONÁLNE PRODUKTY
PRE ROZVOJ CESTOVNÉHO RUCHU**

Bakalárska práca

Študijný program: podnikanie v cestovnom ruchu a službách
Študijný odbor: ekonómia a manažment
Školiace pracovisko: katedra tovaroznalectva a kvality tovaru
Vedúci záverečnej práce: Ing. Paulína Krnáčová, PhD.

Bratislava 2020

Veronika Voznická

Čestné vyhlásenie

Čestne vyhlasujem, že záverečnú prácu som vypracovala samostatne, a že som uviedla všetku použitú literatúru.

Dátum:

.....

Veronika Voznická

Pod'akovanie

Touto cestou by som chcela pod'akovať Ing. Paulíne Krnáčovej, PhD., za jej pomoc a rady pri vypracovávaní mojej bakalárskej práce. Chcela by som pod'akovať aj výrobcom a poskytovateľom služieb v Strednopovažskom regióne za ich ochotu poskytnúť informácie a rozhovory pre praktickú časť mojej bakalárskej práce.

Dátum:

.....

Veronika Voznická

Abstrakt

VOZNICKÁ, Veronika: *Tradičné a regionálne produkty pre rozvoj cestovného ruchu*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Obchodná fakulta; Katedra tovaroznalectva a kvality tovaru. – Vedúci záverečnej práce: Ing. Paulína Krnáčová, PhD. – Bratislava: OF EU, 2020, 51 s.

Cieľom bakalárskej práce bolo navrhnúť označovanie regionálnych a tradičných produktov vo vybranom regióne ako nástroj podpory cestovného ruchu v danom regióne. Práca je rozdelená do štyroch kapitol. V prvej kapitole definujeme základné pojmy a rozoberáme problematiku cestovného ruchu na Slovensku. Bližšie v nej popisujeme aktuálnu situáciu tradičných a regionálnych produktov na Slovensku, ktoré značky regionálnych produktov sú už vytvorené a akými spôsobmi sa tradičné produkty na Slovensku označujú. V ďalšej časti stanovujeme základný cieľ a čiastkové ciele práce, venujeme sa metódam využitým pri spracovaní práce. V záverečnej kapitole sme sa zamerali na vytvorenie návrhu novej značky regionálneho produktu Stredné Považie. so zameraním sa na proces certifikácie, kritériá pre hodnotenie regionálnych produktov, ďalej sme navrhli z každej kategórie regionálnych produktov remeselníkov, výrobcov, poskytovateľov služieb, organizátorov podujatí v regióne Stredné Považie, ktorí by sa mohli uchádzať o získanie práv na používanie navrhutej značky pre označovanie svojich produktov. S niektorými z nich sme realizovali rozhovory, na základe ktorých môžeme konštatovať, že majú záujem o nami navrhované označovanie produktov. V závere navrhujeme riešenia a odporúčania.

Kľúčové slová:

tradičný produkt, regionálny produkt, značka regionálneho produktu, cestovný ruch, Strednopovažský región, produkt cestovného ruchu

Abstract

VOZNICKÁ, Veronika: *Traditional and Regional Products for Tourism Development*. – University of Economics in Bratislava. Faculty of Commerce; Department of Commodity Science and Product Quality. – Advisor: Ing. Paulína Krnáčová, PhD. – Bratislava: OF EU, 2020, 51 pp.

The bachelor thesis aimed to suggest branding of traditional and regional products in the chosen region of Slovakia as a tool for tourism development in the region. The thesis is divided into four chapters. The first chapter defines the fundamental terms of the topic and explains the issues of the tourism industry in Slovakia. The actual situation of regional and traditional products, already created traditional brands and ways of designating the traditional products are explained further. The next part is presenting the methods used during writing the thesis and the main and partial goals are appointed. The final chapter is focused on the Stredné Považie region and a new brand of the regional product was created with aim on certification and criteria for regional products evaluation. Eventually, craftsmen, producers, services, experiences and events which would fulfil requirements of the created product were chosen and suggested as partners of the brand. Interviews were made with some of the above mentioned and their possible interest was, in this manner, found out. The final chapter includes our solutions and recommendations.

Key words:

traditional product, regional product, regional product brand, tourism, Stredné Považie region, tourism product

Obsah

Úvod	9
1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí.....	11
1.1 Vymedzenie základných pojmov	11
1.2 Rozvoj cestovného ruchu na Slovensku	14
1.3 Označovanie tradičných a regionálnych produktov na Slovensku	18
1.3.1 Politika kvality EÚ.....	18
1.3.2 Označovanie regionálnych produktov na Slovensku.....	20
2 Cieľ práce	26
3 Metodika práce a metódy skúmania	27
3.1 Charakteristika Strednopovažského regiónu z pohľadu rozvoja cestovného ruchu	28
4 Výsledky práce a diskusia	30
4.1 SWOT analýza Strednopovažského regiónu	30
4.2 Návrh značky regionálny produkt Stredné Považie.....	31
4.3 Návrh produktov pre regionálny produkt Stredné Považie	35
4.3.1 Remeselné výrobky z regiónu Stredné Považie.....	35
4.3.2 Potravinárske produkty z regiónu Stredné Považie	40
4.3.3 Poľnohospodárske produkty z regiónu Stredné Považie	42
4.3.4 Podujatia a služby v regióne Stredné Považie	43
4.4 Formulovanie návrhov a odporúčaní	46
Záver	48
Zoznam použitej literatúry	49

Úvod

Téma záverečnej práce patrí medzi aktuálne riešené problematiky na Slovensku, ale aj celosvetovo z dôvodu rozvoja cestovného ruchu za účelom podpory zdravia, zdravého štýlu života a ochrany životného prostredia. Veľký dôraz sa kladie na spropagovanie a zviditeľnenie vidieckeho života, remeselných prác a výrobu lokálnych potravín, ktoré boli v posledných rokoch tzv. zapadnuté prachom v tomto uponáhľanom svete. Je veľmi dôležité, aby ľudia v tomto každodennom pracovnom nasadení, hlavne tí, ktorí žijú a bývajú v mestách, spoznali, ako sa kedysi žilo. Tak by si priblížili kultúru našich predkov a vrátili sa k zdravej strave, ktorá je spropagovaná a reálne ukázaná, či bližšie špecifikovaná v konkrétnych regiónoch Slovenska.

Základným cieľom záverečnej práce je navrhnúť označovanie regionálnych a tradičných produktov vo vybranom regióne ako nástroj podpory cestovného ruchu v danom regióne.

V prvej kapitole vysvetľujeme základné pojmy súvisiace s témou práce, čo je región, produkt, ale i regionálny a tradičný produkt. Potom detailnejšie charakterizujeme predpoklady rozvoja cestovného ruchu na Slovensku so zameraním na Strednopovažský región. V ďalšej časti sa venujeme tradičným a regionálnym produktom, ich označovaniu a kritériám pre udelenie práv na používanie značky regionálnych produktov.

Posledná kapitola je zameraná na výsledky práce a diskusiu, ktorej obsahom je vlastný návrh značky pre regionálny produkt Stredné Považie a identifikácia rôznych regionálnych a tradičných produktov navrhovaných pre využívanie novej značky. Našou snahou bude preskúmať príležitosti rozvoja cestovného ruchu v Strednopovažskom regióne s dôrazom na využívanie tradičných a regionálnych produktov pri návrhu značky „regionálny produkt Stredné Považie“ na základe analýzy cestovného ruchu a jeho možností v Strednopovažskom regióne, ktorý siaha od mesta Ilava až po Nové Mesto nad Váhom. Charakterizujeme jeho prírodné a kultúrne pamiatky, možnosti rekreácie a predpoklady na rozvoj udržateľného cestovného ruchu. Pomocou SWOT analýzy zistíme pozitívne a negatívne stránky regiónu v spojitosti s cestovným ruchom a perspektívou vzniku nami navrhutej regionálnej značky. Charakterizujeme si náležitosti, ktoré sú nevyhnutné pre vytvorenie koncepcie označovania regionálnych produktov zo Stredného Považia. Súčasťou tvorby značky musí byť určité vymedzenie

pravidiel, práv a opis postupov, ako môžu záujemcovia značku dostať. Každá regionálna značka musí mať svoje logo, v ktorom musí byť zachovaná istá štruktúra, emócia a prepojenie s regiónom. My sme návrh poňali ako prepojenie najznámejšieho historického symbolu regiónu Trenčianskeho hradu a ľudových tradícií v ponímaní teplanskej výšivky.

1 Súčasný stav riešenej problematiky doma a v zahraničí

V našej bakalárskej práci sa zameriavame na dôležitosť regionálneho produktu, a poukazujeme na jeho zastúpenie v cestovnom ruchu. Turisti čoraz viac vyhľadávajú tradičné a originálne produkty, ktoré sú autentické a predstavujú akési vyobrazenie navštíveného miesta. Z regionálneho produktu tak vyžaruje kultúra a tradície daného územia, a preto sú turisti častokrát ochotní zaplatiť viac za produkt s miestnou identitou. Tieto produkty pozitívne vplyvajú na miestnu ekonomiku, sociálne a životné prostredie krajiny. Preto ich často posudzujeme ako nástroj trvalo udržateľného rozvoja.

1.1 Vymedzenie základných pojmov

Už zo samotného názvu našej bakalárskej práce vyplýva, že sa budeme zaoberať pojmami región a regionalizácia, produkt a jeho dve užšie špecifikácie na regionálny produkt a tradičný produkt.

Pojem región je zložitý presne zadefinovať, rôzne ho chápu odborníci z ekonómie, politológie, geografie a iných vied. S presnou definíciou sa teda nestretneme vzhľadom k tomu, že pojem región nemá presný význam. Z rôznych definícií pre určenie regiónu môžeme ako spoločnú základnú informáciu uviesť isté geografické ohraničenie, teda ide o určité vymedzené územia. Každý región je vyčlenený za určitých daných kritérií, ktoré nám vyplývajú z účelu vymedzenia územia. Preto vieme definovať množstvo regiónov a najlepšie ho vieme definovať na základe účelu, na ktorý bude región fungovať (Výrostová, 2010). Podľa Samsona (2001, s. 11) „geografický región a jeho prírodné hranice predurčujú naplnenie priestorových jednotiek špecifickými výrobnými, nevýrobnými, vzdelanostnými, kultúrnymi,... prvkami života“. Konečná (2004) popisuje región ako územný celok, na ktorom sa vykonávajú isté ekonomické a sociálne činnosti, s použitím charakteristických prírodných, ekonomických a demografických zdrojov. Cestovný ruch a jeho rozvoj v určitom regióne je závislý od činností obyvateľstva tohto územia napríklad v podnikateľskej sfére od rôznych organizácií pre rozvoj regiónu, ale taktiež od turistov a návštevníkov tohto regiónu. Je však nevyhnutné, aby sa do podpory regionálneho rozvoja zapájal aj štát, ktorý vníma rozvoj podľa zákona č. 539/2008 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja nasledovne: „regionálny rozvoj je súbor sociálnych,

hospodárskych, kultúrnych a environmentálnych procesov a vzťahov, ktoré prebiehajú v regióne a ktoré prispievajú k zvyšovaniu jeho konkurencieschopnosti, trvalému hospodárskemu rozvoju, sociálnemu rozvoju a územnému rozvoju a k vyrovňavaniu hospodárskych rozdielov a sociálnych rozdielov medzi regiónmi“.

E. Výrostová (2010) sa zaoberá regionalizáciou, ktorá je hlavnou a tradičnou metódou regionálnej geografie pri rozdeľovaní regiónov. Regionalizácia môže byť definovaná ako proces, ktorý vymedzuje regióny a jej výsledkom je vytvorená mapa regiónov. Rozčlenenie územia na základe regionalizácie môže byť z dvoch strán, a to vytvorením menších územných celkov alebo, naopak, na základe zoskupenia priestorových jednotiek do väčších územných celkov. Počet regiónov v jednotlivých krajinách závisí od jej veľkosti, ale aj od účelu, na základe ktorého sa vymedzujú. Regionalizáciu realizujeme za účelom poznávania a výskumu jednotlivých oblastí s cieľom vytvorenia a riešenia rozvojových potrieb regionálnej politiky, ochrany životného prostredia i správneho územného členenia krajiny. Regionalizácia závisí od mnohých kritérií a dostupných údajov o vymedzenom regióne a zaoberá sa ňou mnoho vedných disciplín.

Regionálnym produktom môže byť hmotný produkt, služba alebo ich kombinácia a odlišuje sa z dvoch hľadísk, a to z hľadiska spotrebiteľa a zo strany odbornej verejnosti.

Regionálny produkt sa najčastejšie spája s gastronómiou, konkrétne s lokálnou identitou vypestovaných surovín, potravín alebo vyrobených jedál a nápojov, či miestnych špecialít. Zväčša sa jedná o unikátne špeciality daného regiónu, čerstvé farmárske produkty alebo výrobky s regionálnou značkou. Zo strany odbornej verejnosti sa za lokálne nepovažujú len produkty a výrobky vyrábané a predávané v danej lokalite, ale môžu tieto suroviny byť vyvezené a spracované v inej lokalite z pôvodných surovín a výrobných procesov s označením pôvodnej značky. Spotrebiteľ skôr vníma symboliku lokality vyplývajúcu z názvu produktu a jeho kvality. Sila regionálnych produktov závisí od zastúpenia surovín, výrobných postupov, receptúr a výrobcov daného regiónu. Regionálne produkty sú jedným zo spôsobov, ako sa dá zviditeľniť región a podporiť cestovný ruch najmä vo vidieckych oblastiach, ktoré sú zaujímavé svojou kultúrou a prírodou. Produkty vyprodukované v danej oblasti podporujú nielen cestovný ruch, ale aj znižujú neustále sa zväčšujúcu urbanizáciu a výrazne zlepšujú aj životné prostredie v tom, že sa skracuje vzdialenosť medzi výrobcom a spotrebiteľom, čo zabezpečuje

potravinám zachovanie si výživovej hodnoty, a zároveň sa znižuje uhlíková stopa vyprodukovaná ich distribúciou (Hrubalová, 2015).

MAS Kopaničiarsky región (2020) uvádza na svojej stránke, že regionálne produkty sú úzko späté s pôvodnými tradíciami ako sú výrobky z drôtu, rezbárske či včelárske výrobky, cukrovinky ako trdelníky alebo medovníky. V iných regiónoch sa zachovala napríklad výroba modrotlače, keramiky či ľudových hudobných nástrojov. Napríklad región Kopaníc má množstvo svojich originálnych produktov šúpolienky, rôzne druhy ovocných destilátov, či tradičné košíkarske remeslo.

Z nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1151/2012 vyplýva, že každý región má špecifickú kultúru, ktorá je na danom území jedinečná a má niekoľko znakov, ktorými sa dá definovať, jedným z nich je tradícia. Tradíciu by sme mohli definovať ako isté spojenie znalostí a zvyklostí, ktoré sa šíria z generácie na generáciu. Tradičný produkt sa často spája s jedlom, je určitou kultúrou a dedičstvom územia. Bol vytvorený z určitých surovín istým originálnym spôsobom. Tento produkt sa nemodernizuje, je odolný voči modernej dobe a neprezentuje sa žiadnymi novými trendami. Pojem tradičný sa pripisuje produktu používaným na domácom trhu počas dlhšieho obdobia, a to minimálne 30 rokov, počas ktorého je tradícia prenášaná medzi generáciami.

Pod pojmom produkt cestovného ruchu rozumieme hmotné a nehmotné prvky. Miestne prírodné a kultúrne produkty a suveníry patria medzi hmotné prvky a pod nehmotnými si môžeme predstaviť organizáciu, pohostinnosť, poskytované služby, tradície a atmosféru miesta. Za dobrým produktom stojí harmónia hmotného a nehmotného produktu.

Produkt cestovného ruchu je možné vnímať z pohľadu dopytu aj ponuky. Sledovanosť zo strany dopytu je orientovaná na klienta, ktorý je spotrebiteľom ponúkanej služby a produktu, ale i prostredia, v ktorom sa nachádza. Ponuka sa skúma prostredníctvom delegáta, sprievodcu alebo poskytovateľa služby, ktorý je v priamom kontakte so zákazníkom. Do tvorby produktu je zväčša priamo zapojený aj návštevník a jeho pocity môžu ovplyvniť rôzne neovplyvniteľné pôsobiace prvky ako počasie, prostredie či správanie okolia.

Zdrojom cestovného ruchu sú produkty založené na prírodnej ponuke a na ponuke vytvorenej človekom ako kultúra, zábava i obchod. Z hľadiska marketingu rozlišujeme 2 typy produktov cestovného ruchu, a to komplexný produkt cieľového

miesta a tematický produkt. Cieľovým miestom cestovného ruchu sú produkty zahŕňajúce prírodné, historické, kultúrne, dopravné a ľudské zdroje sústredené v cieľovom mieste. Pod cieľovým miestom si môžeme predstaviť obec, región, štát či skupinu štátov.

Súčasťou komplexného produktu cieľového miesta je dôležitý tematický produkt. Do tematického produktu zahrňujeme kongresové podujatia, nákupy, jazdu na koni, gastronómiu a iné.

Charakteristickým znakom pre produkt cestovného ruchu je, že zákazník si ho nemôže ako produkt vopred vyskúšať, vidieť a musí sa spoľahnúť len na propagáciu cestovných kancelárií či odporúčaní. Spokojnosť zákazníka k produktu závisí od predchádzajúcich skúseností alebo od aktuálneho diania vyplývajúceho z nálady zákazníka a z vplyvov okolitého prostredia (Palenčíková 2015).

1.2 Rozvoj cestovného ruchu na Slovensku

Cestovný ruch je zameraný na uspokojenie potrieb súvisiacich s cestovaním, s pobytom mimo bydliska a väčšinou vo voľnom čase. Cestovný ruch umožňuje ľuďom dosiahnuť odpočinok, podporiť zdravie, získať poznávacie a kultúrne zážitky, zabaviť sa, či športovo sa vyžiť (Magurová, 2016). Podľa Palenčíkovej (2015) má cestovný ruch zvláštne postavenie v ekonomickom sektore, kde sa značná časť ekonomických aktivít uskutočňuje v cieľovom mieste, v ktorom vznikla, s cieľom uspokojiť potreby človeka. Spotreba aj produkcia sa vykonávajú na tom istom mieste.

Cestovný ruch je orientovaný do viacerých smerov, ako napríklad rekreačný, kultúrno-poznávací, športovo-turistický, zdravotný a kúpeľno-liečebný, poľovnícky, vidiecky (agroturizmus), nákupný, zážitkový, incentívny (odborné exkurzie, kongresy), trvaloudržiateľný (ekoturizmus), virtuálny a vesmírny (Magurová, 2016). V súlade s Novackou a kolektívom (2014) z uvedených foriem najviac súvisí téma záverečnej s rozvojom vidieckeho cestovného ruchu. Je spojený najmä s poľnohospodárskymi aktivitami, čo nazývame aj ako agroturizmus. Podnikateľské subjekty ponúkajú okrem základných ubytovacích a stravovacích služieb hlavne špeciálne služby, napr. jazda na koni, chov domácich zvierat, spracovanie syrov a iných produktov, pestovanie, zber a spracovanie rastlín, ovocia i lesných plodov, bylinárstvo či výroba ľudového umenia. Udržiavanie miestnych tradícií a zvykov, ochrana krajiny, tvorba zdravého prostredia,

zbližovanie ľudí pochádzajúcich z mesta a vidieku je základom pre vidiecky cestovný ruch. Úzko spätý s vidieckym turizmom je aj ekoturizmus, ktorý podporuje vzťah človeka k životnému prostrediu. Ďalším smerom podporujúcim našu tému je aj nákupný cestovný ruch, ktorý sa člení na permanentnú a príležitostnú ponuku. Pod príležitostnou ponukou si môžeme predstaviť rôzne produkty, často tradičné, remeselné alebo regionálne, ktoré sa predávajú na trhoch či rôznych výstavách a podobne. Za produkty zážitkového cestovného ruchu môžeme považovať rôzne kultúrne podujatia, výstavy či tvorba alebo piesne z minulých rokov tradované až dodnes.

Slovensko patrí medzi menšie krajiny sveta a je stredom - srdcom Európy. Napriek malej rozlohe má bohatú a pestrú prírodnú rozmanitosť. Nachádza sa tu mnoho pohorí, kotlín, nížin i vodných plôch či riek. Táto rozmanitosť krajiny umožňuje hlavne rozvoj turizmu, ekoturizmu, cykloturizmu, športových aktivít, letnej a zimnej turistiky. Z množstva pohorí patria k najvyšším Vysoké Tatry, ktoré sú obľúbenou turistickou oblasťou. Silnou stránkou Slovenska sú aj termálne pramene, ktoré už v minulosti umožnili výstavbu rôznych liečebných domov, ktoré podporujú zdravie návštevníkov. Slovensko patrí medzi krajiny s najväčším výskytom jaskýň rôznych typov. Za pozornosť stoja aj výtvory sopečnej činnosti, jazerá, vodopády, mnohé tiesňavy a iné. V krajine je bohatá fauna a flóra v podobe rozmanitých rastlín, stromov, húb, s ktorými úzko súvisí aj výskyt lesného a vodného živočíšstva.

K rozvoju cestovného ruchu v našej krajine prispievajú kultúrno-historické pamiatky ako hrady, zámky, kaštiele, kostoly, mestské pamiatkové rezervácie, pamiatky ľudovej architektúry, historické technické pamiatky a mnohé ďalšie.

K regionálnemu bohatstvu Slovenska patria folklórne kroje, tance a spevy v jednotlivých regiónoch, napr. Liptov, Gemer, Zemplín, Spiš a iné, ktoré sa prezentujú na viacerých folklórnych slávnostiach. Medzi nehmotné pamiatky môžeme zaradiť remeslá a tradičné zručnosti z rôznych regiónov, príkladom môže byť kováčstvo, drevorezba, hrnčiarstvo, drotárstvo, vyšívanie a podobne (Novacká a kol., 2014).

Pre potreby cestovného ruchu sa územie krajiny rozdeľuje na menšie geografické celky. Rozdelenie územia na celky prináša v cestovnom ruchu veľa výhod, či už z pohľadu návštevníka alebo aj poskytovateľa služby a produktu a je ľahšie manažovateľný. Aby sa územné celky stali funkčnými pre cestovný ruch, musia byť vytvárané pomocou organizačnej štruktúry, ktorej úlohou je sledovať, analyzovať a vytvárať podmienky pre rozvoj daného územia. Územie Slovenskej republiky bolo

v minulosti viackrát rozdelené pre potreby cestovného ruchu a ovplyvňované sociálno-ekonomickými a politickými podmienkami. Na Slovensku je vypracovaná regionalizácia cestovného ruchu. Pod týmto pojmom si môžeme predstaviť podporný dokument, ktorý vymedzuje regióny, hodnotí ich potenciál a zaraďuje ich do viacerých kategórií podľa významnosti. Podľa regionalizácie cestovného ruchu sa Slovensko člení na 21 regiónov cestovného ruchu. Regionalizácia vymedzuje tieto regióny na základe terénu, záujmového vzťahu k územiu a druhu osídlenia, čiže zaradenie územia do historického, etnického alebo architektonického celku. Ďalšími aspektami sú veľkosť a význam územia pre cestovný ruch, rozsiahlosť ponuky ako celku, ale i odlišnosti od iných regiónov, poloha k dopravnej sieti a iné (Micháľková, 2013; Kmeco, 2016). V našej práci sa budeme venovať Strednopovažskému regiónu (okresy Trenčín, Ilava, Nové Mesto n/V.), ktorý spolu s Hornonitrianskym (okresy Prievidza, Bánovce nad Bebravou, Partizánske), Severopovažským (okresy Považská Bystrica a Púchov) a v najmenšej časti Záhorským regiónom (okres Myjava) z administratívno-správneho hľadiska patrí do Trenčianskeho samosprávneho kraja.

Podľa Stratégie rozvoja cestovného ruchu do roku 2020 vydanéj v roku 2013 cieľom posilniť cestovný ruch v našej krajine, zvýšiť jej atraktivnosť ako miesta pre dovolenku a zároveň zvýšiť počet pobytov, taktiež skvalitniť poskytované služby pre domácich a zahraničných návštevníkov a podporiť nové pracovné miesta vo významných regiónoch s prínosom pre cestovný ruch. V máji tohto roka vydalo Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky oznámenie o strategickom dokumente Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030, podľa ktorej je cieľom, aby sa v budúcnosti zvýšil ekonomický rast regiónov a zatriktívnila sa naša krajina ako dovolenková destinácia prostredníctvom vytvorenia komplexnej ponuky cestovného ruchu práve udržateľným využívaním potenciálu Slovenska. Podstatou bude ochrana životného prostredia podporou udržateľných typov mobility, zameraním sa na lokálne potravinárske a iné zdroje a vytváraním nových „zelených pracovných miest“. Práve to by malo pomôcť eliminovať negatívne vplyvy narastajúceho cestovného ruchu v našej krajine. Stratégia by mala priniesť aj pozitíva v oblasti zdravia obyvateľov a účastníkov cestovného ruchu podporou pešej, vodnej a cyklistickej turistiky, čo zlepší aj psychický a fyzický stav osôb. Zdravie bude podporované aj rozvojom kúpeľníctva a zvyšovaním podielu zelene v zastavaných častiach našej krajiny. Veľký dôraz sa bude

klásť na chránené územia, aby mohli byť navštevované, ale zároveň chránené pred znečistením.

Aj na regionálnej úrovni sa vytvárajú dokumenty na podporu cestovného ruchu. Pre Trenčiansky samosprávny kraj (ďalej TSK) bola vypracovaná Koncepcia rozvoja cestovného ruchu destinácie Trenčín región na obdobie 2020 – 2024. Cestovným ruchom v oblasti Trenčína sa zaoberá krajská organizácia destinačného manažmentu KOCR Trenčín a štyri oblastné organizácie Trenčín a okolie, Horná Nitra – Bojnice, Horné Považie a Trenčianske Teplice, ktoré majú vypracované strategické dokumenty týkajúce sa rozvoja a podpory cestovného ruchu.

Prieskumom TSK sa zistilo, že najviac podporujú cestovný ruch práve pobyty v kúpeľoch a wellnessy, návštevy kultúrno-historických pamiatok a podujatí, na druhé miesto zaradili pešiu turistiku, tradície a folklór, ďalšie miesto obsadili aktivity agroturizmu a aktivity na vidieku. Záujem je aj o termálne kúpaliská, cykloturistiku, lov zveri, rybolov, rôzne spoločenské akcie a výstavy. V Trenčianskom kraji sa nepovažujú za dôležité produkty cestovného ruchu a to v športových oblastiach práve lyžovanie, vodné, motoristické i adrenalínové športy, taktiež podpora ekológie a gastronómia.

TSK si rozčlenilo prislúchajúce okresy na vlastné subregióny. Najvýznamnejším miestom v subregióne Trenčín a okolie pre cestovný ruch sa považuje samotný Trenčín s pýchou Trenčianskeho hradu, ďalšími sú kúpeľné mesto Trenčianske Teplice a Ilava. Trenčiansky región je bohatý na množstvo pohorí, ktoré sú významné pre cestovný ruch z hľadiska pešej turistiky, cykloturistiky, prípadne lyžovania alebo vodných športov a medzi najznámejšie patria Biele Karpaty, Strážovské vrchy či Považský Inovec.

Možností pre cestovný ruch je v tomto subregióne mnoho, no my sa zameriame viac na tradície a regionálne produkty v tejto oblasti. Folklór, jeho produkty, ľudové zvyky a tradície sa prezentujú najmä na folklórnych slávnostiach, jarmokoch, festivaloch ľudových piesní a tancov, ale aj na výstavách a prehliadkach ľudovej tvorivosti.

Hornonitriansky subregión je taktiež tvorený mnohými pohoriami a medzi známe mestá patria Bojnice spolu so zámkom, kúpeľmi a zoologickou záhradou. Významnou oblasťou v tomto regióne je aj technická pamiatka v Handlovej zameraná na baníctvo a dobývanie.

V subregióne Horné Považie sa nachádza Považsky hrad, kúpele Nimnica či Mojtn. V usadlostiach regiónu sa dodnes zachoval folklórny ráz a konajú sa tu

Slávnosti bratstva Čechov a Slovákov. Tradičné postupy spracovania ovčieho mlieka a ich produkty môžu návštevníci vidieť a kúpiť na farme Papradno, kde chovajú ovce, dobytok, kone a iné zvieratá.

TSK považuje za samostatný subregión Myjavu a Nové Mesto nad Váhom, ktorý sa prevažne skladá z odľahlých kopaníc i napriek členeniu podľa cestovného ruchu na Záhorský a Strednopovažský región. Tento subregión je bohatý nielen na kultúrne pamiatky či hrady, ale má bohatý folklór, používajú vlastné regionálne nárečie a zachovávajú sa tu ľudové remeslá, ako napríklad vareškári, hrnčiari, výrobcovia košíkov či garbiari. Medzi výnimočné regionálne špeciality sa zaraďuje aj sušenie ovocia a pálenie ovocia, je tu zachovaná tradícia myjavského folklóru a môžeme tvrdiť, že táto oblasť má veľký potenciál pre rozvinutie vidieckeho cestovného ruchu, gastro- a agroturizmu (Michalková – Kubičková, 2020).

1.3 Označovanie tradičných a regionálnych produktov na Slovensku

Regionálne označovanie regionálnych produktov je čoraz populárnejšie v jednotlivých krajinách Európy. Najmä v tejto dobe, keď vzniká čoraz viac globálnych produktov, je oveľa potrebné zachovať a udržať jedinečnosť, tradíciu, kultúru a zvyklosti regiónu. Ide o isté grafické označenie kvalitných produktov, služieb či zážitkov, ktoré spĺňajú vopred dané kritériá a sú vyrábané a poskytované vo vymedzenom regióne. Na Slovensku boli hlavnými cieľmi vzniku regionálneho označovania regionálnych produktov najmä podpora miestnych výrobcov a poskytovateľov služieb, propagácia a podpora rozvoja regiónu či zachovanie hodnôt, tradícií a jedinečnosti regiónu. Dôležitým aspektom je taktiež aj podpora miestnej ekonomiky a využívania miestnych zdrojov (Regionálny produkt Gemer-Malohont, 2020).

1.3.1 Politika kvality EÚ

Politika kvality EÚ vznikla ako ideológia rozvoja kvality jedinečných miestnych potravín, tradičných poľnohospodárskych výrobkov a podpory kultúrnych zvyklostí či regiónov, kde sa tieto tradičné produkty vyrábajú. Tento systém vznikol na podnet narastajúceho falšovania výrobkov a používania názvov tradičných výrobkov tým, že

títo výrobcovia stavali na dobrom mene tradičných regionálnych produktov. Politika kvality EÚ má za cieľ zabezpečiť ochranu poľnohospodárskych výrobkov, potravín a taktiež podporu ich predaja. Je dôležité, aby takéto potraviny spĺňali určité kvalitatívne parametre, v ktorých sú presne definované zloženia surovín a výrobné technologické postupy, čo tieto produkty odliši od iných podobných výrobkov. Európska únia v rámci Politiky kvality EÚ registruje, chráni, akceptuje, kontroluje a podporuje výrobky rozdelené do troch kategórií označených ako:

- Chránené zemepisné označenie CHZO (Protected designation of origin, PDO) - týmto názvom môžeme označiť výrobok pochádzajúci z určitého konkrétneho miesta, regiónu či krajiny, v ktorej sa musí uskutočňovať výroba, spracovanie alebo príprava vo vymedzenej zemepisnej oblasti. Je nevyhnutné, aby aspoň jedna etapa procesu výroby prebiehala v danej oblasti. Výrobok, ktorý môžeme označiť značkou CHZO musí spĺňať kvalitu, mať dobrú povesť či iné vlastnosti, ktoré úzko súvisia s jeho zemepisným pôvodom. K dnešnému dňu evidujeme 10 slovenských výrobkov s týmto označením, medzi ktoré patrí napríklad Slovenská bryndza, Levický slad, Skalický trdelník, Slovenská parenica či Tekovský salámový syr a ďalšie.
- Chránené označenie pôvodu CHOP (Protected geographical indication - PGI) - nám vyznačuje poľnohospodársky výrobok alebo potraviny z konkrétneho miesta, regiónu a v ojedinelých prípadoch z krajiny. Kvalita alebo vlastnosti výrobku závisia od vlastného zemepisného prostredia, ktoré má osobité prírodné a ľudské faktory. Pri tomto označení pôvodu je potrebné vykonať všetky etapy procesu výroby v danej zemepisnej oblasti. Na Slovensku zatiaľ máme takéto označenie na Žitavskú papriku a Stupavské zelé.
- Zaručená tradičná špecialita ZTŠ (Traditional speciality guaranteed - TSG) - je symbol používaný pre označovanie poľnohospodárskych výrobkov alebo potravín, ktoré svojím spracovaním, výrobou alebo zložením zodpovedajú tradičným postupom pre danú potravinu či výrobok. Skladajú sa výhradne zo zložiek a surovín, ktoré sa tradične na ich výrobu používajú. Musí mať určitý charakteristický znak alebo viacero znakov, ktorými sa jasne odlišuje od ostatných podobných výrobkov alebo potravín, ktoré radíme do tej istej kategórie. Výrobok alebo potravina môže byť zapísaná do registra ako zaručená tradičná špecialita, ak sa názov tradične používa na označenie tohto špecifického výrobku alebo má tradičný či špecifický charakter. Na to, aby sme tento výrobok mohli nazývať tradičný, musí byť

preukázateľné jeho používanie na domácom trhu v obdobiach, kedy dochádzalo k striedaniu generácií a musí to byť minimálne 30 rokov. Na Slovensku máme v súčasnosti 7 výrobkov s označením zaručená tradičná špecialita, sú to Bratislavský rožok, Ovčí hrudkový syr – salašnícky, Ovčí salašnícky údený syr, Tradičná lovecká saláma, Liptovská saláma, Tradičné špekačky a Spišské párky (MPaRV SR, 2020; Výskumný ústav potravinársky, 2020).

1.3.2 Označovanie regionálnych produktov na Slovensku

Označovanie regionálnych výrobkov, služieb alebo zážitkov sa týka produktov z vymedzeného územia, ktoré spĺňajú kvalitatívne kritériá a sú vyrábané, poskytované alebo udržiavané ako súčasť nehmotného kultúrneho dedičstva. Cieľom tohto regionálneho označovania je podporovanie miestnych výrobcov, poskytovateľov služieb a reprezentantov tradícií. Dôležitým cieľom je aj propagácia regiónu, zachovanie jeho jedinečnosti a hodnôt. Ďalšími cieľmi sú aj uchovávať prírodné, kultúrne a historické dedičstvo pre udržateľný rozvoj regiónov, a tým aj čo najviac využívať miestne zdroje. Regionálne produkty, služby a zážitky môžu výrazne prispievať k rozvoju udržateľného cestovného ruchu zvýšením kvality cestovateľského zážitku tým, že značka garantuje originalitu a tradíciu výrobku v regióne. Regionálnu značku môžu získať remeselné alebo tradičné výrobky, podujatia, potravinárske produkty, ubytovacie a stravovacie služby. Označovanie regionálneho produktu prináša aj množstvo ďalších výhod ako väčšia informovanosť obyvateľov o tradičných produktoch, lepšia propagácia a prezentácia územia, podpora miestnej ekonomiky a mnoho ďalších.

Kritériá pre udelenie značky „regionálny produkt“ sú rozdelené v závislosti od toho, či ide o produkt alebo službu. Kritériá pre výrobcov aj poskytovateľov služieb sa v každej kategórii rozdeľujú na základné kritériá a kritériá jedinečnosti.

Pri potravinárskych produktoch, remeselných výrobkoch a tradičných výrobkoch máme tri základné kritériá a to, že výrobca alebo producent musí mať sídlo výroby v danom regióne, má kvalifikáciu na výrobu produktu, musí zabezpečiť dodržanie etických princípov a mať pozitívny vzťah k životnému prostrediu. Kritériá jedinečnosti pri výrobkoch a produktoch sú založené na využití miestnych surovín, zachovaní tradícií, jedinečnosti a originality, v neposlednom rade je potrebné vložiť do výrobkov a produktov podiel ručnej a duševnej práce.

Základné kritériá pre udelenie značky pre služby, ktorými môžu byť stravovacie, ubytovacie zariadenia či podujatia, sú veľmi podobné, taktiež musí mať prevádzkovateľ služieb sídlo v regióne, ktorého sa daná služba týka. Musí spĺňať kvalifikáciu na sprostredkovanie služby, zaručiť etické princípy a mať pozitívny vzťah k životnému prostrediu. Kritériá jedinečnosti, ktoré musí sprostredkovateľ služby splniť, sú kvalita, šetrné správanie voči životnému prostrediu a unikátnosť zariadenia musí byť spojená s regiónom.

Pokiaľ sú splnené všetky kritériá, je potrebné tento produkt, výrobok, službu či zážitok nechať posúdiť a ohodnotiť certifikačnej komisii, ktorá sa skladá spravidla z viacerých členov. Certifikačná komisia je komisiou, ktorá vyhodnocuje kvalitu produktov, výrobkov a služieb, zároveň tiež posudzuje zameranie podujatí, rozhoduje o udelení práv na používanie označenia regionálnej značky. Pokiaľ sa komisia na základe vyhodnotenia zhodne na tradičnosti, originalite a miestnej identite produktu, môže tak tomuto produktu, službe udeliť regionálnu značku. Tieto informácie sme získali z webových stránok regionálnych produktov z informácií o certifikačných kritériách, o značke a jej význame (Hont, 2020; Kopanice, 2020; Ponitrie, 2020; Záhorie, 2020).

V krajinách EÚ a na Slovensku sú tradičné a regionálne produkty charakteristické svojou jedinečnosťou a garantovanou kvalitou. Viazajú sa k nim výnimočná chuť a špecifický výrobný proces podľa tradície, ktorý sa prenáša viacerými generáciami. Pri týchto produktoch je dôležité, aby všetky procesy s ním spojené pristupovali šetrne k ochrane životného prostredia (Jarossová – Šupolová, 2015). Myslíme si, že popularita označovania produktov regionálnymi značkami za posledné obdobia výrazne stúpa. Podľa Krnáčovej a Kirmovej (2015) je vo veľkej miere tento trend ovplyvnený tým, že spotrebitelia si začali zakladať na kvalite produktov, a to hlavne potravín. Spotrebiteľ viac uprednostňuje domáce, miestne potraviny od farmárov či menších regionálnych podnikov. To len potvrdzuje dôležitosť označovania regionálnych produktov, vďaka tomu vie spotrebiteľ presne identifikovať kvalitný miestny produkt, a tak nenastane zámena produktov.

Označovanie regionálnych produktov na Slovensku začala implementovať nezisková organizácia Regionálne environmentálne centrum Slovensko v roku 2008 pre regióny Kysuce v rámci projektu „Parky a ekonomika – Rozvoj iniciatív na využívanie potenciálu prírodného dedičstva v rámci regionálneho priestorového plánovania“. V roku 2008 vznikli tiež prvé regionálne značky na Slovensku, ktoré boli financované EÚ

Parks & Economy, GreenBelt. Regionálne centrum Slovenska udelilo prvé certifikáty produktom z Kysúc, Malých Karpát a Záhoria. Vtedy sa oficiálne zaregistrovalo 21 produktov v rámci týchto regiónov. V roku 2011 sa zapojili do vytvárania značiek regionálnych produktov miestne akčné skupiny, ktoré sa tým rozhodli regióny oživiť. Nasledovalo vytvorenie ďalších značiek regionálnych produktov v regiónoch Podpoľanie, Hont a Ponitrie, Malodunajsko-Galantsko a Karsticum (Slovenský kras). Počas novembra 2014 bola vytvorená ďalšia značka regionálny produkt Záhorie a v decembri 2014 vznikla aj značka regionálny produkt Gemer-Malohont. Momentálne zastrešuje propagáciu a koordináciu regionálnych značiek na Slovensku Národná sieť slovenských Miestnych akčných skupín, ktorá združuje viac ako 60 miestnych akčných skupín (MAS), verejno-súkromných partnerstiev a odborníkov na cestovný ruch. Úlohou MAS je okrem iného podporovanie, zviditeľnenie a propagovanie regionálnych produktov.

Všetky značky regionálnych produktov majú svoju webovú stránku, majú tiež rovnaký vzhľad loga obsahujúci symbol, ktorý je pre daný región typický a mal by byť akýmsi osobným a emocionálnym putom. Takisto boli prijaté zásady pre certifikáciu produktov. Značka regionálneho produktu neznamena len kvalitu, ale zároveň aj záväzok environmentálne priaznivého konania, čím často zaujme pozornosť segmentu zákazníkov s podobnými záujmami. Výrobcovia regionálnych produktov ako aj poskytovatelia služieb majú výhodu spoločnej marketingovej komunikácie a propagácie produktov. Na tieto oblasti tradičný výrobca väčšinou nemá finančné zdroje alebo nevie správne narábať s marketingovými nástrojmi. Avšak často tu je rad ďalších problémov ako neznalosť trhu či časové obmedzenie, keďže remeslo, čiže aj tradičná výroba požaduje od výrobcu vysoký podiel ľudských zdrojov (Jarossová – Šupolová, 2015; Krnáčová – Kirnová, 2015; Národná sieť Miestnych akčných skupín, 2020).

Momentálne je na Slovensku dvanásť aktívnych nižšie uvedených regionálnych značiek. Na webových stránkach jednotlivých regionálnych produktov sme zistili kategórie, v ktorých majú najčastejšie certifikované produkty, služby a zážitky. Pre lepšiu predstavu o tom, čím sa regionálne značky zaoberajú, sme sa rozhodli uviesť konkrétne príklady.

Regionálny produkt Hont ako každý región či oblasť má svoje osobité, jedinečné prírodné a kultúrne bohatstvo prepojené s históriou a tradíciami miestnych obyvateľov. Rozprestiera sa v južnej oblasti Slovenska a tak má ideálne podmienky na pestovanie

hrozna, viniča, o čom svedčí aj viacero regionálnych certifikovaných vín a hroznových džemov. Medzi certifikované potraviny zaradíme med, rôzne druhy pečiva, oleje aj divoké bylinky. Remeselné výrobky sú v tejto oblasti skutočne veľmi rozmanité, môžeme tu nájsť tkané koberce, korytárstvo, kovácke výrobky, drevorezby, košíkarské výrobky, hontianske truhlice či Baďanskú brezovú metlu. Remeselníckych výrobkov so značkou regionálny produkt tu je naozaj veľa avšak neoddeliteľnou súčasťou sú aj jedlá z Hontu napríklad Pukanské párance, ktoré si môžeme vychutnať v miestnom stravovacom zariadení.

Regionálny produkt Ponitrie má z výrobkov certifikované najmä vína, med, ale tiež tekvicový olej či jadierka. Zaujímavé produkty sú napríklad aj rôzne výrobky z dreva, smaltové šperky, olejové krajinomaľby alebo tekutý výťažok s chilli papričiek. V kategórii služieb nám tento región ponúka niekoľko ubytovacích zariadení. Zážitkové aktivity majú registrované zatiaľ dve konkrétne zážitkový rybolov a jazdy na koňoch.

Regionálny produkt Podpoľanie je úzko spätý s tradíciami, zvykmi a ľudovou kultúrou, o čom svedčia aj rôznorodé remeselné výrobky či jedlá. Z certifikovaných potravinových výrobkov sa tu nachádzajú najmä včelie produkty, ale nájdeme tu aj škvarovník, chlieb, makovú štrúdlu a výrobky z ovčieho mlieka. V tomto regióne nie je núdza ani o remeselné výrobky hlavne spojené s bohatou ľudovou históriou, o čom svedčí niekoľko výrobcov fujár, píšťaliek či valašiek, opaskov, drevených črpákov. Označenie regionálneho produktu majú tiež tradičné detvianske drevené kríže, maľby s podpolianskymi motívami a viacero výrobkov spájaných s detvianskou, podpolianskou ľudovou a krojovou históriou ako sú tašky, krojové súčasti, krojované bábiky, výšivky krivou ihlou a ďalšie. Nájdeme tu aj útulné tradičné vidiecke ubytovacie zariadenie a môžeme tu až v troch stravovacích zariadeniach s regionálnym značením ochutnať tradičné miestne jedlá ako rascovinu, luteránsku procesiu, strapkáč, fizolňu a rôzne bryndzové jedlá.

Ďalším je regionálny produkt Gemer – Malohont, ktorého cieľom je podpora predaja miestnych produktov a zviditeľnenie sa, v týchto produktoch sa nám spája vzťah k tradícii regiónu. Potraviny a poľnohospodárske produkty, ktoré majú v tomto regióne značku sú včelárske produkty, ovocie, zelenina, cesnak, 100 % ovocné šťavy, osivá, obilniny, strukoviny aj pekárenské výrobky ako muránske buchty, pagáče a osúchy. Z remeselných výrobkov sú tu najmä textilné ako tkané ľanové výrobky, tkané

výrobky z ovčej vlny, ručne vyšívané obrazy, prírodná kozmetika, úle pre včely a iné rezbárske výrobky.

Väčšina produktov označených značkou regionálny produkt Karsticum tvoria včelárske produkty ako med, voskové sviečky či medovina. Nájdeme tu aj vína, domáce cestoviny, ale aj množstvo ovocných, zeleninových a bylinných džemov či slivkový lekvár. Nachádza sa tu viacero ubytovacích zariadení s regionálnou značkou a tiež remeselnícke výrobky ako háčkované deky. Pre odvážnejších je tu zlanenie Cukrovej homoli ako certifikovaný zážitok regionálneho produktu Karsticum.

Oblasť regionálneho produktu Kopanice je typická rozdrobenými ľudskými obydliami pomedzi lesy, lúky a háje s jedinečným koloritom a má jedinečnú vidiecku architektúru a folklór. Úzka spätosť s prírodou sa odráža aj vo výrobkoch a produktoch, ktoré má tento región certifikované. Radia sa medzi ne rôzne včelárske výrobky, čerstvé a sušené ovocie aj huby dokonca i zelenina a bylinky. Ku kopaničiarskemu regiónu patria aj mäsiarske produkty ako tepelne opracované slaninky, pršut či klobásky. Neoddeliteľnou súčasťou sú aj tradičné pestovateľské pálenice ovocia. Medzi certifikovanými remeselnými výrobkami sa v tomto regióne nájdú svietniky, ručne maľované sviečky, keramika so vzormi kopaničiarskeho regiónu či paličková čipka.

Regionálny produkt Záhorie je veľmi osobitý región známy najmä svojim jedinečným nárečím. V okolí Malaciek, Senice a Skalice, kde sa tento región nachádza, môžeme nájsť naozaj veľmi pestrú ponuku produktov, služieb a produktov s regionálnym označením. Z producentov potravinárskych produktov by sme vyzdvihli pivovar Sandorf, syrárňu Havran, ale aj produkty ako kozie mlieko a rôzne včelárske výrobky. V tomto regióne sú podľa nás veľmi zaujímavé remeselné výrobky ako napríklad rôzna tradičná keramika, ručná výroba papiera, cínové šperky, drôtené výrobky a v neposlednom rade zdobené vajíčka voskom či maderové (vítané). Služby sú v tomto regióne prepojené so zážitkami, nakoľko sa tu nachádza ovocinár, ktorý rozšíril svoj produkt aj o zážitok pre deti a dospelých. Zatiaľ čo deti môžu spoznávať ľudové tradície, proces pestovania ovocia či skúsiť jazdu na koňoch alebo voze, dospelých čaká rôznorodá ochutnávka ovocných vín a posedenie vo vínnej pivnici.

Regionálny produkt Malodunajsko – Galantsko má vysoký podiel ornej pôdy s nížinatým charakterom a minimálnou lesnatosťou. Pre túto povahu regiónu sa tu nachádzajú aj príznačné regionálne produkty ako ovocie, zelenina, pekárenské výrobky, sladká kukurica a rôzne mäsové výrobky. Môžeme tu objaviť aj iné zaujímavé

certifikované výrobky a produkty napríklad palacinky, lokše, výrobky z kože či výroba pracovných odevov. Medzi certifikované podujatia v tomto regióne patria Kanský jarmok a Dolnosalibská jurta.

Regionálny produkt Pohronie už podľa názvu môžeme tušiť, že cez tento región preteká rieka Hron, ale nie len tá je najväčším lákadlom tohto regiónu. Vieme tu nájsť aj iné prírodné či kultúrne bohatstvá. Jedným z nich sú aj ľudové tradície a remeslá, vďaka ktorým táto značka vznikla môžeme tu nájsť napríklad krojové kožuchy, modrotlač aj maľované poštové schránky. Medzi prírodné výrobky tejto oblasti patria výrobky z arónie aj rakytníku.

Regionálny produkt Horehronie je rovnako ako už spomínané Pohronie obývané riekou Hron. V regióne sa tiež nachádzajú rôzne zážitkové vláčiky zubačky a iné atrakcie. Výborná lokalita na oddych a rekreáciu je tiež veľmi dobre prepojená aj s regionálnymi produktami, pokiaľ ide o potravinárske nájdeme tu označené syry, kúpeľné oblátky, buchty a zaujímavé cukrárske výrobky. Medzi označené služby patria hlavne ubytovacie a to väčšinou chalúčky v tradičnom ľudovom štýle.

Regionálny produkt Nitrava tento južne položený región zatiaľ nemá priveľa označených regionálnych produktov, ale napriek tomu ich tu vieme nájsť. Svojou polohou nám ponúka napríklad tradičné vína, no nájdeme tu aj medovníky, podpečníky či tradičný zákusok Táranka. V prípade ubytovania môžeme využiť kaštieľ Mojmírovce.

Regionálny produkt Novohrad v tomto regióne to priam dýcha ľudovou kultúrou a tradíciami. Nájdeme tu naozaj široké spektrum výrobkov a služieb. Veľmi populárne sú med, medovina, voskové sviečky a dokonca aj ubytovanie na včelej farme. Nie je núdza ani o tradičné ľudové výšivky krivou ihlou, kožúšky, repliky častí krojov, kraslice. Z rastlinných výrobkov tu nájdeme bylinky, prírodné krémy, nechtíkové mastičky, ľanové vrecká či šúpolienky. K novohradskému regiónu patrí aj keramika rezbárstvo.

2 Cieľ práce

Základným cieľom bakalárskej práce je navrhnuť označovanie regionálnych a tradičných produktov vo vybranom regióne ako nástroj podpory cestovného ruchu v danom regióne.

Predpokladom naplnenia primárneho cieľa je stanovenie a následná realizácia čiastkových úloh reprezentujúcich **parciálne ciele**, ktoré možno vymedziť nasledovne:

- analyzovať a sumarizovať teoretické poznatky z domácej a zahraničnej literatúry v oblasti riešenej problematiky so zameraním na vymedzenie základných pojmov (regionálne a tradičné produkty, región a regionalizácia, cestovný ruch, produkt cestovného ruchu),
- charakterizovať predpoklady rozvoja cestovného ruchu na Slovensku so zameraním na nami vybraný región – Strednopovažský región;
- charakterizovať označovanie tradičných a regionálnych produktov na Slovensku a v Európskej únii;
- analyzovať cestovný ruch v Strednopovažskom regióne a vypracovať SWOT analýzu;
- na základe sekundárnych údajov získať informácie o remeselníkoch, poskytovateľoch služieb a organizátoroch podujatí v Strednopovažskom regióne;
- realizovať rozhovory s producentmi regionálnych produktov
- vyhodnotiť prínos značky pre región a cestovný ruch.

3 Metodika práce a metódy skúmania

Proces spracovania bakalárskej práce sme začali so zberom a štúdiom teoretických poznatkov z domácich aj zahraničných knižných, internetových zdrojov a článkov. Na základe týchto poznatkov a použitím všeobecných výskumných metód ako analýza, syntéza, dedukcia a indukcia sme vypracovali teoretickú časť práce. V prvej etape praktickej časti práce sme na získavanie informácií používali najmä internetové zdroje ako napríklad propagačné stránky regionálnych produktov, mesta Trenčín a iné. V druhej etape sme realizovali osobné rozhovory, komunikovali prostredníctvom e-mailov a voľne dostupné informácie o jednotlivých remeselníkoch, podnikoch a podujatiach sme vyhľadávali na internete. Cieľom rozhovorov bolo zistiť záujem remeselníkov o značku „regionálny produkt Stredné Považie“. V rozhovoroch sme sa dozvedeli, akým spôsobom prebieha výroba, aké materiály používajú a koľko rokov sa venujú danej činnosti. Rozhovory sme realizovali s Ľudmilou Kacejovou, Jozefom Hodulíkom, pánom Maruškom a Evou Rašičovou.

Súčasťou aplikačnej časti práce bol návrh značky regionálny produkt Stredné Považie s identifikovaním vhodných potenciálnych producentov, poskytovateľov služieb v tomto regióne, ktorí by mohli využívať túto značku na označovanie svojich produktov, resp. aj podujatí. Ich pracovné činnosti sme rozdelili do viacerých kategórií, pričom sme charakterizovali jednotlivých výrobcov a ich vzťah či históriu spätú s tradíciami. Rozdelenie do kategórií s menami a zoznamom činností sme spracovali do viacerých tabuliek. V nami vybranom regióne sa nachádza mnoho viac výrobcov a poskytovateľov služieb, ktorí sa venujú zaujímavým činnostiam, avšak z dôvodu ich nedostatočnej propagácie informácie o týchto výrobcoch nie sú voľne dostupné. Výrobcov sme zatriedili do skupín podľa poskytovaného produktu na výrobky a služby. Tieto kategórie sme ďalej rozčlenili na časti.

Kategóriu výrobky sme rozdelili na tri časti:

- výrobky remeselnej výroby,
- potravinárske produkty, ktoré sú typické pre Strednopovažský región,
- poľnohospodárske produkty.

Pri každej časti sme zostavili tabuľku s menami výrobcov a zoradili ich podľa geografického hľadiska ich miesta činnosti zo severu regiónu až po juh.

Kategóriu služieb sme pre lepšiu prehľadnosť rozdelili na skupinu podujatí a skupinu ubytovacích, stravovacích služieb a zážitkov. Zoznam služieb sme zobrazili v prehľadných tabuľkách. Vynechali sme však stĺpec s menom podniku alebo osoby, keďže väčšinu činností organizuje daná obec alebo mesto, s ktorou sa činnosť spája.

3.1 Charakteristika Strednopovažského regiónu z pohľadu rozvoja cestovného ruchu

Z pohľadu cestovného ruchu patria do Strednopovažského regiónu okresy Trenčín a Ilava, čiastočne do neho zasahuje južná časť okresu Púchov a na juhozápadnej časti tohto regiónu sú to časti okresov Nové Mesto nad Váhom a Myjava. Typickým znakom pre daný región je množstvo pohorí, ktoré obklopujú dolinu z oboch strán. Krásne prírodné prostredie je možné z blízka vidieť v okolitých pohoriach, ako sú Biele Karpaty, Považský Inovec a Strážovské vrchy. Na okraji vrchov sa nachádzajú roztrúsené dedinky, pre ktoré sú typické tradície a folklórne prvky. V údoliach medzi týmito pohoriami sa popri rieke Váh sústreďujú viaceré mestá, mestečká a dediny, v ktorých sa nachádzajú mnohé kultúrne, historické a iné pamiatky, organizujú sa kultúrne podujatia. Strednopovažský región má výborné podmienky na pešiu turistiku, cykloturistiku a mnohé rekreačné aktivity, či už v letnom alebo zimnom období. Dominantou tohto regiónu je Trenčiansky hrad, ktorého minulosť siaha do hlbokej histórie a dodnes sa uchoval rímsky nápis vytesaný do hradnej skaly z 11. storočia (Slovakia Travel, 2020). Podľa Michalkovej a Kubičkovej (2020) je mesto Trenčín plné historických a kultúrnych pamiatok, ako napríklad Katov dom, Trenčianska synagóga, Morový stĺp, Mestská veža, mnohé kostoly a kaplnky. V okolí Trenčína sa týčia hrad Beckov, Čachtický hrad či Vršatec, ale i ďalšie historické stavby. Medzi známe pútnické miesta sa zaraďuje kostol na Malej Skalke, kláštor na Veľkej Skalke a románsky kostolík svätého Jána Krstiteľa v Sedmerovci. Oblasť je bohatá na liečivé minerálne vody, ktoré preslávili kúpeľné mesto Trenčianske Teplice. Počas letných dní je možné sa osviežiť na kúpaliskách (napr. Trenčín, Zelená žaba, Nemšová a iné) alebo prírodných vodných plochách (napr. Zelená voda, Bodovka, Baračka), kde je možné aj praktizovať rybolov. Prírodné krásy môžeme obdivovať z vyhliadkových veží a rozhľadní v okolitých pohoriach, napr. Sedmerovec, rozhľadňa Soblahov, Inovec či Malý Jelenec. Zaujímavými prírodnými pamiatkami sú aj Dračia studňa, Krivoklátska

tiesňava, Strošovský močiar, Včelíny a ďalšie. V danom regióne sa nachádza mnoho cyklotrás, ktoré sú už vybudované, ale sa aj postupne realizujú ďalšie naplánované cyklotrasy. Intenzívne sa pracuje na Vážskej cyklomagistrále, ktorá bude prepájať Trnavský, Trenčiansky a Žilinský samosprávny kraj, čím bude prechádzať naprieč celým Strednopovažským regiónom. Cyklotrasa sa prepája s ďalšími cyklotrasami a niektoré vedú až do Českej republiky. Sú tu aj možnosti pre adrenalínových nadšencov, napríklad v podobe letu balónom či vyhliadkovým lietadlom alebo tandemový zoskok v Slávnici. Región je známy mnohými ľudovými tradíciami a zvykmi, ktoré sa obyvatelia snažia stále zachovávať. Tento prístup je vidieť na mnohých podujatiach ako folklórne slávnosti, jarmoky, prehliadky ľudovej tvorivosti, festivaly ľudových a dychových piesní a tanca (napr. Beckovské slávnosti, Trenčianske hradné slávnosti a iné). Vysoký nárast je zaznamenaný v oblasti agroturistiky a vidieckej turistiky v danom regióne. Medzi najznámejšie patria Farma Kameničany, Gazdovstvo uhľiská a Ranch 13, kde majú návštevníci možnosť priameho kontaktu s domácimi zvieratami, ochutnať rôzne domáce špeciality, sezónne produkty, ubytovať sa v chatkách na kopaniciach. Možností pre cestovný ruch je v Strednopovažskom regióne naozaj veľa, avšak my sa budeme v praktickej časti venovať konkrétne rozvoju značky regionálnych produktov, ktoré majú v tomto regióne vysoký potenciál. Žiaľ, zatiaľ neexistuje žiadne registrované označenie či združenie spájajúce všetkých remeselníkov, výrobcov, poskytovateľov služieb či organizátorov podujatí tohto charakteru v nami zvolenom regióne.

4 Výsledky práce a diskusia

V praktickej časti našej bakalárskej práce sme sa rozhodli navrhnúť novú značku – regionálny produkt Stredné Považie. Tento región nemá zatiaľ zastúpenie v označovaní regionálnych produktov. Na základe analýzy cestovného ruchu v Strednopovažskom regióne v tejto časti uvádzame výsledky SWOT analýzy Strednopovažského regiónu. V ďalšej časti sa zameriavame na návrh značky a loga, ale tiež postup získania regionálneho označovania so špecifikovaním jednotlivých kategórií regionálnych produktov v tejto oblasti.

4.1 SWOT analýza Strednopovažského regiónu

SWOT analýzu Strednopovažského regiónu sme sa rozhodli vytvoriť pre potrebu zistenia a analyzovania súčasnej situácie regiónu a možností rozvoja cestovného ruchu v danej oblasti v budúcnosti. Porovnali sme silné a slabé stránky, ako je vidieť v tabuľke č. 1, tak silných stránok je viac ako slabých. Slabé stránky však je možné využiť ako zlepšenie cestovného ruchu v regióne do budúcnosti. V druhej časti tabuľky uvádzame príležitosti a ohrozenia pre daný región. Môžeme vidieť, že príležitostí pre rozvoj cestovného ruchu v Strednopovažskom regióne je naozaj dostatok na to, aby sme navrhli značku regionálny produkt Stredné Považie.

Tabuľka č. 1: SWOT analýza cestovného ruchu Strednopovažského regiónu

Interné faktory	
Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weakness)
• Originalita regiónu • Prírodné bohatstvo • Pešia turistika, rybárstvo, poľovníctvo • Množstvo zaujímavých hradov a zručností • Kultúrno-historické pamiatky • Pútnické miesta • Kúpeľné mesto Trenčianske Teplice • Krajské mesto Trenčín • Výhodná geografická poloha blízkosť Českej republiky • Dobrá dostupnosť z iných krajských miest • Kultúrne podujatia • Cyklotrasa takmer cez celý región • Najväčší slovenský festival Pohoda • Slovensko je členom EÚ, ľahká	• Slabá propagácia regiónu • Nedostatočný počet informácií o turistických atrakciách, udalostiach a miestach • Nízka úroveň doplnkových služieb pre turistov • Málo využívaný potenciál cestovného ruchu • Nedostatočná propagácia remeselných tradičných produktov • Chýbajúca propagácia miestnych výrobcov a poskytovateľov služieb

dostupnosť do krajiny	
Externé faktory	
Príležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
• Stále zvyšujúci sa záujem o kultúrne bohatstvo regiónov, ľudových tradícií, miestnych výrobkov • Rastúci záujem o cestovanie, spoznávanie nových miest • Vzostup záujmu o agroturizmus a vidiecky cestovný ruch • Rozvoj regionálneho, nadregionálneho a medzinárodného cestovného ruchu • Trenčín má výrazný historický význam • Udržiavané ľudové tradície a remeslá na vidieku • Rastúci záujem rodín s deťmi o spoznávanie života na vidieku a prinavracanie k prírode • Pestré spektrum foriem cestovného ruchu • Finančná podpora rozvoja cestovného ruchu v regiónoch z EÚ • Kvalita životného prostredia	• Zvyšujúca sa urbanizácia • Negatívny demografický vývoj • Nedostatočná finančná a legislatívna podpora vlády • Nedostatočne vybudovaná miestna infraštruktúra

Zdroj: vlastné spracovanie

4.2 Návrh značky regionálny produkt Stredné Považie

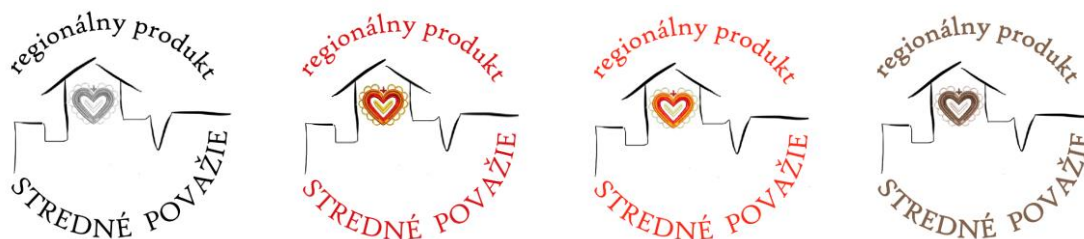
Pre návrh značky regionálneho produktu Stredné Považie sme sa rozhodli na základe perspektívy výraznej podpory cestovného ruchu v regióne. Hlavným cieľom regionálneho označovania produktov je najmä podpora rozvoja Strednopovažského regiónu a cestovného ruchu v danej oblasti, obnovenie ľudových tradícií, podpora miestnych producentov a poskytovateľov služieb, ktorí svoju činnosť vykonávajú s ohľadom na udržateľné využívanie prírodných a kultúrnych predpokladov regiónu. Ďalšími cieľmi vzniku značky je prispieť k rozvíjaniu cestovného ruchu šetrnému k životnému prostrediu skvalitnením cestovateľského zážitku návštevníkov tým, že označenie produktu regionálnou značkou garantuje pôvod výrobku. Regionálna značka sa udeľuje fyzickým a právnickým osobám, ktoré v danom regióne vyrábajú remeselné výrobky, potravinárske alebo poľnohospodárske produkty, poskytujú služby a organizujú podujatia či zážitky, ktoré musia spĺňať kritériá pre udelenie a používanie značky. Pozitívny dopad regionálnej značky pre región okrem zviditeľnenia produktov a zvýšenia atraktivity z pohľadu cestovného ruchu sú aj podpora zamestnanosti,

udržanie osídlenia na vidieku a významne pôsobí aj na využívanie miestnych surovín, čím sa znižuje záťaž životného prostredia z dôvodu skrátenia prepravných vzdialeností od sprostredkovateľa k spotrebiteľovi.

Návrh loga

Na zhotovenie návrhu loga pre značku regionálny produkt Stredné Považie sme postupovali podľa dizajnového manuálu značiek regionálneho produktu. Dizajn logotypu musí byť jednotný a zároveň symbolom ľudovej kultúry, emócie a spätia s regiónom. V návrhu na naše logo (obrázok č. 1) sme zvolili obrys Trenčianskeho hradu, pretože je dominantou a symbolom celého stredného Považia. V Matúšovej veži sa nachádza teplanská výšivka v tvare srdca, ktorá znázorňuje pozitívny vzťah obyvateľov regiónu k ľudovej kultúre a tradíciám. Logo musí byť schválené koordinátorom, ktorý je zároveň aj majiteľom značky regionálneho produktu.

Obrázok č. 1: Návrhy loga značky regionálny produkt Stredné Považie



Zdroj: vlastné spracovanie.

Koordinátor značky

Každá značka regionálneho produktu musí byť v správe koordinátora, ktorý je zároveň majiteľom značky. Koordinátorom môže byť fyzická osoba, občianske združenie alebo miestna akčná skupina. Na to, aby bolo možné značku aktívne používať, je potrebné vytvoriť certifikačnú komisiu, ktorej úlohou je schvaľovať pridelenie značky pre žiadateľov. Komisia by sa mala skladať z členov, ktorí sú pre danú oblasť isté authority. Členov v certifikačnej komisii musí byť minimálne sedem. Jej povinnosťou bude zasadať minimálne dvakrát za rok, pričom toto zasadnutie bude organizovať koordinátor. Koordinátor rozhoduje ako jediný o udeľovaní a odoberaní práv na používanie značky. O udelení aj odobratí práv koordinátor rozhoduje jedine po rozhodnutí certifikačnej komisie. Odobratie práv môže nastať aj z dôvodu, ak subjekt, ktorému boli udelené práva na používanie značky, poruší zmluvné podmienky. Taktiež

je jeho úlohou pravidelne zverejňovať zoznam subjektov, ktorým bolo právo na používanie značky odobraté alebo udelené. Koordinátor určuje certifikačné kritériá a aktualizuje zásady pre používanie aj udelenie značky, tiež musí zabezpečovať ich prístupnosť na webových stránkach regionálneho produktu Stredné Považie. Je zodpovedný za to, aby bol pri udeľovaní značky celý postup transparentný.

Ďalšou úlohou koordinátora je zabezpečovať komunikáciu so subjektmi, ktoré sa podieľajú na propagácii značky a predaja označených produktov či služieb. Zároveň musí zabezpečovať aktuálne informácie žiadateľom o užívanie značky a vlastníkom práv na používanie značky. Dôležitou úlohou je aj zabezpečovanie kontroly plnenia pravidiel pre používanie značky, certifikačných kritérií a zvyšných zmluvných podmienok užívateľov značky (Regionálny produkt Ponitrie, 2020).

Práva, povinnosti a postup pre užívanie značky

Udeľovanie práva na užívanie značky realizuje koordinátor značky na základe rozhodnutia certifikačnej komisie, toto právo je nepredajné a neprenosné. Výrobcovia a poskytovatelia nadobúdajú certifikát regionálneho produktu alebo služby až po zaradení do systému regionálneho označovania. Osvedčenie o používaní značky je platné 2 roky od dátumu vydania, pričom žiadosť pre obnovenie osvedčenia na ďalšie 3 roky musí podať výrobca, producent alebo organizátor podujatia aspoň mesiac pred dobou uplynutia splatnosti. Počas doby platnosti tohto osvedčenia sa výrobca zaručuje nepretržite plniť kritériá, ktoré sú uvedené v žiadosti a je povinný ihneď písomne hlásiť akékoľvek zmeny skutočností uvedených v žiadosti. Certifikovaný výrobok, služba či podujatie musí mať vždy označenie značkou/logom, ktorá môže byť súčasťou etikety, na obale výrobku alebo na budove, kde sa vykonáva certifikovaná služba. Výrobca tiež môže použiť samolepku, visačku a pri ostatných produktoch, podujatiach alebo zážitkoch je možné po dohode aj individuálne označenie.

Na to, aby výrobca či poskytovateľ získal právo na používanie značky „regionálny produkt Stredné Považie“, musí daný výrobok, služba, podujatie alebo zážitok splniť certifikačné kritériá, ktoré sme už opisovali v teoretickej časti a sú zadefinované pre výrobky a zvlášť pre služby (tabuľka č. 2).

Tabuľka č. 2: Návrh produktov v oblasti remesiel

	VÝROBKY	SLUŽBY
Základné kritéria	• sídlo výrobcu alebo výroby v Strednopovažskom regióne, • povinnosť kvalifikácie výrobcu pre danú výrobu, • výrobca postupuje v súlade so životným prostredím a etickými princípmi.	• sídlo poskytovateľa služieb a prevádzky musí byť v Strednopovažskom regióne, • povinnosť kvalifikácie poskytovateľa služby, • poskytovanie služby v súlade so životným prostredím a etickými princípmi.
Kritéria jedinečnosti	• dodržanie tradície výroby, • využitie lokálnych surovín, • podiel ručnej alebo duševnej práce, • zachovanie originality a jedinečnosti výrobku.	• služba musí byť prepojená s tradíciami regiónu, • kvalita poskytovanej služby, • šetrnosť k životnému prostrediu.

Zdroj: vlastné spracovanie

Udelenie práv na používanie značky bude vyhodnotené vždy na základe písomnej žiadosti žiadateľa o značku. Na možnosť posielania žiadostí bude upozorňovať v predstihu 2 mesiacov pred ukončením koordinátor značky. Na webovej stránke regionálneho produktu Stredné Považie zverejní výzvu spolu so žiadosťou. Žiadosť sa podáva elektronicky na výrobcom presne definovaný produkt, výrobok, podujatie, zážitok a službu alebo skupinu služieb, v ktorej musia všetky časti spĺňať kritériá definované v žiadosti. Žiadateľ má povinnosť doručiť výrobok, produkt certifikačnej komisii alebo koordinátorovi do dňa zasadnutia komisie. Koordinátor pre komisiu pred zasadnutím pripraví zoznam žiadateľov o označenie, ktorí dodali dotazník aj výrobok a zabezpečí podklady pre každého člena výberovej certifikačnej komisie. V prípade, že bude podaná žiadosť na udelenie značky pre služby, komisia spolu s koordinátorom osobne navštívi túto prevádzku a skontrolujú kritériá a ostatné zásady týkajúce sa regionálneho označovania služieb. Táto návšteva musí prebehnúť najneskôr 3 mesiace odo dňa podania žiadosti. Návšteva musí byť vždy dopredu naplánovaná s prevádzkovateľom, aby bol prítomný na prevádzke a sprístupnil prevádzkové priestory a musí mať pripravené podklady. Z tejto návštevy komisie bude urobená písomná správa, ktorá bude prekonzultovaná na najbližšom zasadnutí komisie, kde sa rozhodne o udelení alebo neudelení certifikátu. Koordinátor zorganizuje zasadnutie certifikačnej

komisie vo vopred dohodnutom čase a poskytne záujemcom časový harmonogram schvaľovania podaných žiadostí. Komisia následne na zasadnutí rozhodne o udelení práv na používanie značky. Vo výnimočných situáciách môže rozhodnúť do nasledujúcich 7 pracovných dní. Koordinátor musí poskytnúť žiadateľovi informáciu o rozhodnutí komisie do 14 dní od dňa zasadnutia certifikačnej komisie. V prípade schválenia žiadosti je koordinátor poverený s výrobcom uzatvoriť zmluvu maximálne do jedného mesiaca odo dňa rozhodnutia komisie. Na základe tejto zmluvy je povinný udeliť výrobcovi práva na užívanie danej značky.

4.3 Návrh produktov pre regionálny produkt Stredné Považie

Pri návrhu produktov, ktoré by bolo možné označovať značkou regionálny produkt Stredné Považie, sme vychádzali z dostupných informácií na internete. Produkty sú rozdelené do 2 kategórií (výrobky a služby) s uvedením mien výrobcov, resp. poskytovateľov služieb a zoznamom činností.

4.3.1 Remeselné výrobky z regiónu Stredné Považie

Jednou z kategórií výrobkov, ktoré navrhujeme zaradiť medzi regionálne produkty Stredné Považie, sú remeselné výrobky. Keďže je táto oblasť príliš rozsiahla, rozdelili sme ju na kategóriu:

- spracovanie textilu
- ostatné remeslá.

Pri vyhľadávaní remeselníkov sme využívali najmä sociálne siete, a taktiež známosti našich priateľov a rodinných príslušníkov, ktorí nás zoznámili s viacerými šikovnými remeselníkmi, o ktorých nie sú prístupné informácie na internete. Prehľad mien s priradenou technikou a remeslom uvádzame v tabuľke č. 3. Najviac sme sa zamerali na remeselníkov pracujúcich s textilom, pretože ich zastúpenie je v našom regióne najväčšie a už od dávnych čias sa mesto Trenčín nazýva mestom módy.

Tabuľka č. 3: Návrh produktov v oblasti remesiel – spracovanie textilu, výroba odevov

Miesto činnosti	Meno	Výrobná činnosť
Dubnica nad Váhom	Elena Baníková	Plstenie z ovčej vlny
Trenčianska Teplá	Dominik Seriš	Výroba výšiviek
Trenčianske Teplice	Erik Rybanský (ERMAR)	Spracovanie dreva a kože
Trenčín	Ľudmila Kacejová	Výroba novodrevných odevov
Mníchova Lehota	Manželia Hudákovci	Výroba zo šúpolia a drôtu
Trenčianska Turná	Monika Vlnová	Paličkovanie
Drietoma	Zuzana Kvasnicová	Spracovanie modrotlače a plstenie
Drietoma	Alena Hajtmanová	Nešitý patchwork
Melčice-Lieskové	Eva Rašičová	Krojované bábiky

Zdroj: vlastné spracovanie

Elena Baníková sa zaoberá plstením z ovčej vlny. Svoj záujem o módu uplatnila začatím vyrábania produktov z ovčej vlny. Na začiatku sa venovala výrobe náušnic a jednoduchých náhrdelníkov. Keď zistila, že plstenie je jej vášňou a zlepšila si techniky, rozšírila svoju činnosť o tvorbu odevov a kabeliek z vlny. Dnes už Elena produkuje nielen šperky, odevy a kabelky, ale aj klobúky či rôzne postavičky. Ako silnú stránku výrobkov považujeme, že vlna je vhodná aj pre alergikov, je jednoduchá na údržbu a vhodná aj do chladného či teplejšieho počasia. Elena sa plstením živí už viac ako 6 rokov a svoje produkty sa snaží propagovať pomocou internetu a návštevou rôznych podujatí, jarmokov, výstav či trhov.

Ďalším spracovateľom textilu je 23-ročný Dominik Seriš z Trenčianskej Teplej, ktorý je známy ako muž s ihlou v ruke alebo ako muž, čo vyšíva. Dominik vyrába ručne šité výšivky, ktoré umiestňuje na motýliky a iné doplnky. K tomuto remeslu sa dostal vďaka svojej rodine, kde už v minulosti jeho prababka, pradedo či babka vyšívali kroje. Základné techniky ako krížikový, plný či retiazkový steh sa naučil pri oprave už existujúcich krojov. Dominik sa tejto činnosti venuje od roku 2015 na podnet spomienkových osláv jeho rodnej obci, kde začal zdobiť tričká rôznymi stuhami. Neskôr sa začal venovať ručne šitým výšivkám. Dominik tvrdí, že jeho najväčšou inšpiráciou je stále jeho rodná obec a celý región stredného Považia, pretože rozmanitosť krojov v rámci regiónu je veľmi pestrá a Trenčianska Teplá je známa ako obec s najbohatšie vyšívanými krojmi z celého Slovenska. Dnes má rodák

z Trenčianskej Teplej fungujúcu značku, pod ktorou vyšíva výšivky typické pre jednotlivé oblasti slovenského folklóru a umiestňuje ich na motýliky, náramky, goliere, opasky či ozdobné vreckovky do saka. Výroba výšivky je zdĺhavá. Tvorba motýlika s jednoduchším námetom trvá približne 5 a pol až 6 hodín, pričom tvorba výšivky trvá viac ako 5 hodín. Jeho produkty môžeme poznať najmä vďaka internetovým stránkam a jeho účasti na folklórnych alebo svadobných výstavách. Dominikova tvorba sa stala akousi ikonou folklórnych výšiviek v našej krajine. V súčasnosti sú známe tieto výšivky aj mimo územia Slovenskej republiky, kde sa im taktiež veľmi darí.

Hneď vedľa obce Trenčianska Teplá sa nachádza kúpeľné mesto Trenčianske Teplice, ktoré v kategórii remesiel a spracovaní odevov tiež reprezentuje muž. Erik Rybanský je opäť mladý chalan vo veku 26 rokov, ktorý sa venuje spracovaniu dreva a kože. Erik podniká pod značkou ERMAR a vášeň k práci s drevom zdedil od svojho otca, ktorý podniká v tejto oblasti. Erik si zakladá na výrobných surovinách, a tak drevo poberá iba z demontáží starých budov, čím získava pre svoju výrobu dubové drevo, ktoré má viac ako 100 rokov a preto tvrdí, že jeho tvorba má v sebe dušu, históriu a príbeh. Symbolom jeho výroby sú drevené kravaty, ktoré zhmotňujú jeho slogan „výnimočnosť, ktorá sa nosí“. ERMAR je značka, ktorá zaručuje kvalitu a originalitu každého kúska, ktorý vyjde z jeho dielne. Pre veľký záujem Erik rozšíril svoje portfólio produktov o motýliky, manžetové gombíky, kabelky a iné doplnky z dreva. Pri výrobe kabeliek si Erik musel svoje zručnosti rozšíriť o znalosti spojené s úpravou kože, pretože ju spracováva, reže a šije sám podľa tradičných postupov. Tento mladý remeselník je nadšený myšlienkou propagácie nášho regiónu či propagáciou remesiel, ktoré ovláda.

Výrobou novodrevných odevov sa zaoberá Ľudmila Kacejová. Táto technika je dnes už málo známa, a preto je jej remeslo pre nami navrhovanú regionálnu značku veľmi dôležité. V tejto technike je hlavnou myšlienkou napojenie odevu na odkaz našich predkov, ktorí chápali svoj odev ako formu osobného prejavu. Tradičné odevy vyrába z ľanu, starodávnych látok a vlny. Zdobenie tvorí pomocou ručných malieb, novodrevných výšiviek a rôznych našívaných aplikácií na vytvorený odev. Pri rozhovore sme sa dozvedeli, že túto činnosť vykonáva pre verejnosť od roku 2008. Ľudmila prejavila záujem o tieto odevy počas materskej dovolenky a venuje sa im dodnes. Keďže tento typ odevu má byť funkčný, ale taktiež pomocou strihu, zdobení a vybraných materiálov zosobňovať povahu zhotovovateľa, tak Ľudmila ponúka

záujemcom možnosť tvorivej dielne, kde si môžu vytvoriť odev sami podľa vlastných predstáv. Tvorkyňa chápe svoju činnosť ako odkaz a zachovanie tradícií predchádzajúcich generácií nášho regiónu. Pani Kacejová ponúka svoje produkty propagáciou na internete a aj pomocou remeselných podujatí a jarmokov.

Manželia Hudákovci sú zástupcami remesla spracovania kukuričného šúpolia. O zaučenie do tejto techniky sa postaral kurz ÚĽUV (ústredie ľudovej umeleckej výroby v Bratislave), ktorého sa zúčastnila Eva Hudáková v roku 2000. Začala tvoriť a predávať produkty, ako sú vianočné výzdoby, záložky do kníh, betlehemy, známe šúpol'ové bábiky či zo stáčaného šúpolia aj košíky a prestierania. Najznámejším produktom sú šúpol'ové bábiky, ktoré vyrába podľa techniky z 50. rokov minulého storočia. Aby sa odlišila od ostatných výrobcov, začala bábiky zdobiť podľa vlastného štýlu, a tak sa doplnky na bábikách stali jej podpisom na tvorbe. Neskôr tomuto remeslu priučila aj svojho manžela a začali znalosť a techniku šúpolia šíriť pomocou tvorivých dielní v okolitých mestách a obciach. Svoju tvorbu prezentujú na remeselných jarmokoch, veľkonočných a vianočných výstavách. Dokonca boli aj v Taliansku a Francúzsku ako lektori vo výrobných dielňach. Manželovi sa remeselná tvorba natoľko zapáčila, že sa začal popri šúpoliu venovať aj práci s drôtom, a tým dokáže skombinovať dve techniky a získať originalitu medzi ostatnými remeselníkmi.

Ďalšou zaujímavou a jedinečnou technikou je nešitý patchwork, ktorým sa zaoberá Alena Hajtmanová. Ide o reliéfnu techniku, ktorej základom je pripevňovanie kusov stúh alebo látky na polystyrénový základ. Čaro tejto techniky je v tom, že stuhy sa pripevňujú buď špendlíkmi alebo vtláčaním do narezaných častí polystyrénového základu. Nepoužíva sa žiadne šitie a ani lepenie. Alena sa prezentuje na remeselných trhoch a jarmokoch a aktívne vyučuje túto techniku v tvorivých dielňach pre verejnosť.

Monika Vlnová sa zaoberá jednou z najstarších techník ručných prác, ktorou je paličkovanie. Paličkovaním vieme získať nádherné čipky, ktoré zdobia odevy, veci do domácností či rôzne hračky.

Za farbenie látky modrotlačou sme do zoznamu pridali Zuzanu Kvasnicovú. Ide o jedinečnú techniku farbenia z minulosti. Kedysi sa touto technikou zdobili ľanové a konopné plátna, dnes však Zuzana skrášľuje aj látky z iných materiálov, napríklad z bavlny.

Uchovaniu tradícií spojených s textilom sa venuje aj Eva Rašičová, ktorá pripomína kultúru a krásu našej minulosti pomocou krojovaných bábik. Eva

v rozhovore povedala, že svoje bábiky oblieka do ručne šitých a zdobených krojov. Na krojoch môžeme vidieť motívy čipiek, výšiviek a iných ozdôb typických nielen pre náš región, ale aj iné regióny Slovenska.

V tabuľke č. 4 uvádzame zoznam remeselníkov, ktorí sa venujú ostatným remeslám. Remeslá ako drotárstvo, kováčstvo a hrnčiarstvo sú v dnešnej dobe pomerne známe a tak sme sa rozhodli, že pri nich vyzdvihneme činnosť ich majiteľov, ktorí ponúkajú možnosť zaučenia sa remeslu pomocou workshopov a ich produkty sú prezentované na jarmokoch a remeselných trhoch.

Tabuľka č. 4: Návrh produktov v oblasti ostatných remesiel

Miesto činnosti	Meno	Výrobná činnosť
Pobedim	Mária Mizeráková	Drotárstvo
Bolešov	Pavol Rác (Kovorac)	Umelecké kováčstvo
Horná Súča	Palo Bilčík	Kováč, pokovanie koňov
Skalka	Martin Bulejko	Umelecký rezbár
Selec	Alena Králiková	Hrnčiarstvo, keramika
Chocholná-Velčice	Pavol Chorvát	Sedlárstvo
Melčice-Lieskové	Jozef Hodulík	Výroba postrojov na kone
Bošáca – Zabudišová	Jozef Horečný	Košikárstvo

Zdroj: vlastné spracovanie

Na bližší popis remesla sme si vybrali Pavla Chorváta, Jozefa Hodulíka a Jozefa Horečného. Pavol Chorvát ručne vyrába sedlá na kone. Výroba takéhoto sedla trvá 80 až 100 hodín. Tejto technike sa priučil pred viac ako 30 rokmi. Pavol býval vášnivým koniarom. Keď chcel mať pekné sedlo, musel si ho sám aj zhotoviť. Na začiatku sa venoval prerábaniu vojenských sediel na westernové. Neskôr začal šiť nové sedlá, pracovné aj westernové. Techniku mu nemal kto ukázať, a tak sa učil na vlastných chybách a pozorovaním iných sediel. Dnes do výroby zaradil aj zopár vlastných techník na výzdobu. Sedlo vzniká na základe drevenej kostry a vyčistenej hovädzej kože. Koža musí byť mokrá, aby sa dala správne spracovať, potom ju zdobí raznicami alebo ručným vyrezávaním. Nakoniec sa sedlo musí viacerými vrstvami zalakovať, a tým zabezpečiť jeho odolnosť voči počasiu.

Jozef Hodulík sa venuje tiež koňom. Vďaka svojmu remeslu vyrába ručné ozdobné postroje na kone. Tomuto remeslu sa priučil u svojho deda. Vyrába ozdobné opraty, chomúty, ohlávky, uzdy, oŕaže či poprsáky z kože, hliníkových cvokov a látkových aplikácií. Pri rozhovore nás informoval o postupe výroby. Na výrobu ohlávku ozdobeného darmovismi a kytajkami používa šidlo, špeciálne ihly, špeciálne zabrúsené nože, bukové drevo a povoskované nite, ktoré sú odolné voči vlhkosti. Hodulík je aj majiteľom koní a pri podujatiach v obci, napr. Mikulášsky sprievod, je možné vidieť jeho tvorbu priamo na jeho koňoch v Mikulášskom sprievode.

Jozef Horečný z Bošáckej doliny sa zaoberá košíkárstvom. Všetky koše do ruky, s vrchnákom, bez vrchnáku, chrptové koše či koše bez rúčky vyrába Jozef ručne. Na výrobu pravého košíkárkeho produktu je potrebné vŕbové prútie, ktoré sa načistené rozdelí do snopkov, resp. viazaničiek a potom ich zapletá do potrebného tvaru. Krásnu prácu pána Horečného môžeme vidieť na jarmokoch aj v mnohých domácnostiach po celom regióne.

4.3.2 Potravinárske produkty z regiónu Stredné Považie

Ďalšou kategóriou výrobkov sú tradičné a regionálne potravinárske produkty. Jednotlivých výrobcov, resp. podniky uvádzame v prehľadnej tabuľke č. 5.

Tabuľka č. 5: Návrh potravinárskych produktov

Miesto činnosti	Meno	Výrobná činnosť
Trenčianska Teplá	Mapek plus	Pečenie Chleba
Trenčianske Teplice	DUO	Výroba kúpeľných oblátok
Horná Súča	Agrosúča	Výroba mlieka a ml. výrobkov
Trenčín	Old Herold	Výroba destilátov
Trenčín	EMKO	Výroba medoviny
Trenčín	Urbánek	Spracovanie mäsa
Trenčín	Falco	Spracovanie mäsa
Bošáca	Bošácka pálenica	Tradičná pálenica

Zdroj: vlastné spracovanie

Chlieb „Teplan“ pozná v Strednopovažskom regióne takmer každý. Michal Marko vyrába tento chlieb remeselnou ručnou výrobou už niekoľko generácií. S predajom domáceho chleba začal už v roku 1990 a v okolí Trenčína sa teplanský chlieb stal najpredávanejším chlebom od tej doby. Vysoký podiel na úspechu v predajnosti má predovšetkým výborná chuť chleba, ktorú dosahuje tradičnou receptúrou bez pridávania zlepšujúcich prídavných látok, či umelých farbív. Chlieb „Teplan“ má v okolí Trenčianskej Teplej vytvorené dobré meno. Každé ráno môžeme pred malou pekárničkou vidieť stáť dlhý rad zákazníkov a vôňu čerstvého chleba cítiť v okolí. Keďže história Slovenska je spätá s maseným posoleným chlebom, tak túto tradíciu môžeme vidieť aj na Teplanských slávnostiach obce s chlebom Teplan.

Ďalším regionálnym produktom sú tradičné kúpeľné oblátky v Trenčianskych Tepliciach. Ide o tradičnú výrobu už niekoľko desaťročí tou istou rodinou, ktorá používa ten istý recept od začiatku až dodnes. História týchto oblátok siaha do roka 1898, kedy miestny cukrár prebral recept liturgických oblátok a tento jednoduchý recept vylepšil pridaním sladkej zmesi orieškov, cukru a škorice a potom oblátky touto zmesou zlepil. Dnes sa oblátky stále vyrábajú pred očami zákazníka ako čerstvý produkt z tých istých nenahraditeľných ingrediencií. Oblátky sú neodmysliteľnou súčasťou tohto mesta a tvoria krásnu sladkú bodku, ktorá dopĺňa zážitky z kúpeľného mesta.

V roku 1995 vznikla v Hornej Súči mliekareň. Jej hlavnou charakteristikou je, že mlieko a mliečne výrobky pochádzajú z ich vlastného chovu. Výrobca si povedal, že zachovaním receptúry a vysokej kvality sa dokáže zavďačiť svojmu chovu, spokojnosti zákazníkov, a taktiež urobiť niečo pre ich zdravie. V Súči sa dnes vyrábajú viaceré mliečne výrobky ako bryndza, oštiepky, tvaroh, nite, zákvas, hrudkové syry kravské i ovčie a mnoho ďalších chutných výrobkov. Agrosúča je sebestačná, a tak si aj krmivo pre dobytok pestuje sama.

V Strednopovažskom regióne máme silné zastúpenie rodinných mäsiarstiev. Značka Falco i Urbánek sa stala akousi tradičnou značkou kvality. Pre obe značky je charakteristická rodinná receptúra. Podnik Falco vznikol už v rokoch 1992, odkedy si z generácie na generáciu preberajú rodinný podnik a zachovávajú tradičnú výrobu založenú na použití prírodných korenín.

História mäsovýrobcu Urbánka v Trenčíne siaha až do roku 1890. Ako prvý mäsiar použil strojovú výrobu a tejto činnosti naučil aj syna. Podnik je dodnes rodinný

a pri výrobe spolupracuje s družstvami v regióne. Ako hlavné krédo podniku je čerstvosť a kvalita.

Neodmysliteľnou súčasťou regiónu je výroba destilátov Old Herold. Podnik vznikol v roku 1886 a prežil až dodnes. Old Herold hrdó zastrešuje výrobu liehovín a známych slovenských destilátov ako Koniferum, Juniperus, Bošácka slivovica a mnohé iné.

O 20 kilometrov ďalej vznikol legendárny rodinný podnik - Bošácka pálenica. Ich najväčšia pýcha je, že sú jednou z mála legálnych pálení s tradičným procesom výroby v rámci celého regiónu. Mimo svojej tradičnej Bošáckej slivovice vyrábajú aj iné destiláty a ponúkajú službu vypálenia doneseného ovocia od zákazníkov. Ich hlavným mottom je „Nemusíme 6x destilovať. Kvalitu dosiahneme na prvýkrát.“ Myslíme si, že aj tento typ produktov je pre zachovanie tradícií veľmi dôležitý, a preto ho radíme do tohto zoznamu.

Trenčianska medovina nám trh s liehovinami dopĺňa od roku 1973. V tom období Milan Krivý zdokonalil recept klasickej výroby medoviny a odvtedy sa receptúra zhotovenia nemenila. Zakladateľ tohto nápoja je aj známy včelár a podieľa sa na organizovaní výstavy Včelár v Trenčíne.

4.3.3 Poľnohospodárske produkty z regiónu Stredné Považie

V tabuľke č. 6 uvádzame producentov, ktorí sa zaoberajú produkciou poľnohospodárskych produktov. Zaradili sme sem produkty spojené s bylinkami, včelárstvom a sušením ovocia.

Tabuľka č. 6: Návrh poľnohospodárskych produktov

Miesto činnosti	Meno	Výrobná činnosť
Trenčianske Teplice	Ján Dedík a dcéry	Prírodné liečiteľstvo
Horná Súča	Združenie včelárov	Výroba medu
Chocholná-Velčice	Ondrej Michalec	Výroba medu
Melčice-Lieskové	Martin Berka	Výroba medu
Bošáca	Dugáček	Výroba medu
Bošáca – Zabudišová	Pán Maruška a žena	Sušiaren ovocia

Zdroj: vlastné spracovanie

Ján Dedík a jeho dcéry sú známi po celom Slovensku. Dedík sa alternatívnej forme liečiteľstva venuje už niekoľko desaťročí a postupne tejto tradícii zaučil aj svoje dcéry. Táto rodina nás zaujala najmä vďaka ich výrobe tinktúr, ktorých výroba je podložená receptúrami vychádzajúcich z ľudového liečiteľstva. Bylinky na výrobu týchto ľudových „zázrakov“ zbiera Ján a jeho dcéry v prírode alebo ich záhradke, ktorá sa skladá z viac ako 50 druhov bylín.

Veľký podiel na výrobe prírodných poľnohospodárskych produktov v Strednopoľskom regióne majú včelári. Originálnu chuť má med najmä vďaka nedotknutej prírode Bielych Karpát. My sme do nášho zoznamu vybrali iba niekoľko včelárov. Vyzdvihujeme činnosť Martina Berku, ktorý odbor včelár vyštudoval v Trenčíne. Stočeným medom a inými včelárskymi výrobkami sa prezentuje nielen na jarmokoch v nami vybranom regióne.

Pán Maruška a jeho žena z Bošáckej doliny sa zaoberajú sušením ovocia. Keďže sa v tejto doline nachádza veľa ovocných sádov a ľudia tu kedysi pestovali ovocné stromy vo veľkom, považujeme aj tento druh výrobku za tradičný. V rozhovore pán Maruška tvrdí, že pred asi 100 rokmi, keď vznikla u rodiny jeho ženy sušiareň, boli v Bošáckej doline takmer v každom dvore sušiarne. Potom vznikol trend pálenia a ľudia všetko ovocie zväžali len do pálenice, ktorú sme si už spomínali. Dnes je sušené ovocie pána Marušku známe v celom regióne, pretože nepochádza z elektrických sušičiek, ale suší sa tradičným spôsobom vo veľkej miestnosti na lieske. Sušička v Zabudišovej sa stala kultúrnym dedičstvom a je prístupná verejnosti.

4.3.4 Podujatia a služby v regióne Stredné Považie

Do zoznamu podujatí a služieb sme zaradili organizátorov podujatí a poskytovateľov služieb, ktorí ponúkajú zákazníkom určitú formu zážitku a uchovávajú regionálne zvyky a tradície pre ďalšie generácie.

V tabuľke č. 7 uvádzame zoznam podujatí, ktoré považujeme za regionálne produkty Stredného Považia.

Tabuľka č. 7: Návrh podujatí

Miesto podujatia	Podujatie
Trenčianske Teplice, Nové Mesto nad Váhom	Mestský jarmok
Trenčín	Remeselný jarmok
Trenčín	Pri trenčianskej bráne
Trenčín	Farmársky jarmok
Trenčín, Beckov	Hradné slávnosti
Trenčín	Sezónne trhy (Vianoce, Veľká Noc,...)
Trenčín	Výstavy Expocenter

Zdroj: vlastné spracovanie

V nami vybranom regióne sa stále zachováva aj veľa podujatí, ktoré poznali už predchádzajúce generácie. Takmer každé mesto raz ročne organizuje mestské jarmoky. Ide o podujatie, ktoré je plné bohatého programu a umožňuje umelcom, remeselníkom a malým podnikateľom ukázať verejnosti svoje remeslo a produkty. Tieto organizované stretnutia sú pre tradičných výrobcov veľkou príležitosťou zviditeľniť remeslá, ktoré v regióne stále existujú. Ako ďalšie sa najmä v Trenčíne, najväčšom meste v regióne, organizujú špecializovanejšie akcie. Návštevníci majú možnosť zúčastniť sa na remeselných, farmárskych jarmokoch a množstve špecifických výstav a prezentácií, ktoré sa konajú v budove výstaviska Expocenter. Pri výstavách môžeme spomenúť napríklad burzu starožitností, výstavu poštových holubov, gazdovské trhy, výstavu rybárskych potrieb, záhradkára, včelára a mnohé iné. Mimo výstaviska sa v centre mesta konajú rôzne sezónne trhy ako napríklad Vianočné či Veľkonočné. Trenčín je známy nádherným hradom, ktorý je pre jeho dominantnosť aj súčasťou nášho loga a tak si mesto aspoň raz ročne pripomína staroveký život na hrade počas hradných slávností.

Poslednou oblasťou regionálnych produktov v Strednopovažskom regióne sú ubytovacie a stravovacie služby i zážitky (pozri tabuľka č. 8). Tento spôsob cestovného ruchu je veľmi dôležitý, pretože vyvoláva v účastníkovi rôzne emócie. Zaradili sme sem viacero komplexných služieb, pre ktoré nie je charakteristická iba jedna skupina služby či výrobkov. Práve touto kombináciou poskytovaných služieb a produktov dokáže účastník dosiahnuť emócie a zážitky naviazané na náš región. Naším cieľom v tejto časti bolo nájsť zážitky, ktoré sú typické a dokážu sa stať hlavným lákadlom pre turistov

a domácich, a tým podporiť rozvoj a rozmanitosť regiónu aj z pohľadu cestovného ruchu.

Tabuľka č. 8: Návrh ubytovacích a stravovacích služieb a zážitkov

Miesto	Názov
Nemšová	Gazdovstvo Uhliská
Nemšová	Ranch 13
Trenčianska Teplá	Jazda historickou električkou
Trenčín – Kubrá	Folklórny súbor s vlastnou kapelou
Trenčín	Trenčianske osvetové stredisko – remeselné workshopy
Trenčín – Nozdrkovce	Jazdecký areál Cedos
Machnáč, Opatovce	Rybolov

Zdroj: vlastné spracovanie

Hlavnou dominantou tejto časti je Gazdovstvo Uhliská. V areáli tohto gazdovstva môžeme získať rôzne výrobky, potraviny, služby, a aj sa priučiť novým veciam. Ide o rodinnú farmu, ktorá sa stále rozrastá svojim chovom i poskytovanými službami. Uhliská poskytujú zábavné aktivity pre deti, firemné akcie, ubytovanie, jazdenie na koňoch a ich ustajnenie, rôzne typy pretekov na koňoch. Ponúkajú aj vlastné mäsové a syrové výrobky, ktoré môže záujemca ochutnať v domácej kuchyni či zakúpiť si ich domov. Rodina rozšírila ponuku služieb aj o denné letné tábory pre deti. V okolí areálu sa nachádza množstvo chodníčkov pre cyklistov i turistov. Pre menej náročných si Uhliská pripravili krátku turistiku na neďalekú vyhlíadku, odkiaľ možno vidieť do celej doliny pri Nemšovej.

V Strednopovažskom regióne sa nachádza aj veľa koniarov a rančov, z ktorých sme vybrali jazdecký areál Cedos v Trenčíne, ktorý ponúka ustajnenie a výcvik koní. Ako pridanú hodnotu vidíme, že realizuje program pre deti, kde im ukáže krásu tejto činnosti a priučí ich množstvu informácií.

Oblíbenou činnosťou je rybolov na rybníkoch po celom regióne. Do zoznamu sme zaradili rybníky, kde si môže zákazník rybu uloviť a vypustiť späť do jazera alebo nechať upiecť a s rodinou či priateľmi si užiť krásnu atmosféru rybníka spojenú s kvalitnou pečenou rybkou. Rybník v Opatovciach ponúka aj možnosť campingu a širokú ponuku regionálnych výrobkov, ako sú pečené klobásky či oštiepky.

V Trenčianskej Teplej môžu návštevníci zažiť jazdu na 111-ročnej elektrickej železnici, ktorá vedie z obce do vedľajšieho kúpeľného mesta Trenčianske Teplice. Obec je na túto električku natoľko hrdá, že počas roka vedie tematické jazdy, ako napríklad na deň detí alebo na sv. Mikuláša, kedy riadi električku Mikuláš a deti sa môžu prísť previesť spolu s anjelmi a čertami Mikulášskou jazdou.

Zážitok vie taktiež vytvoriť folklórna skupina z Kubrej v Trenčíne. Túto skupinu sme sem zaradili hlavne kvôli ich hudobno-speváckej skupine, ktorá dodnes spieva a hrá pesničky starých generácií z nášho regiónu. Tieto piesne sú dnes už takmer úplne neznáme.

Trenčianske osvetové stredisko dopĺňa náš zoznam vďaka množstvu workshopov, tvorivých dielní, seminárov, poradenstvu, súťaží, kde sa záujemca môže priučiť už vyššie spomínaným remeslám a technikám. Môže tu spoznať mnoho remeselníkov, umelcov a iných zaujímavých ľudí, ktorí zachovávajú naše tradície, regionálnu kultúru a osvetu.

4.4 Formulovanie návrhov a odporúčaní

Na základe analýzy a preskúmania regiónu môžeme konštatovať, že Strednopovažský región má vhodné predpoklady pre zavedenie a využívanie značky regionálneho produktu. Jeho veľmi silnou stránkou sú prírodné a kultúrno-historické podmienky na rozvoj cestovného ruchu, a tým môže pri správnej propagácii prilákať viac návštevníkov. Nachádza sa tu dôležitá cyklomagistrála, ktorá prepája región so širokým okolím, zároveň sa tu nachádza známe kúpeľné mesto Trenčianske Teplice, najstaršie pútnické miesto Skalka a rôzne iné. Zistili sme, že rozvoj cestovného ruchu v danom regióne má najviac perspektívy najmä v kúpeľníctve/wellness, cyklistike, agroturistike, vidieckom cestovnom ruchu a podobne. Región disponuje výbornými podmienkami na vznik značky z pohľadu rozvoja udržateľného cestovného ruchu. A preto si myslíme, že uskutočnenie nášho návrhu značky by mal pre región významný prínos, z pohľadu prepojenia už existujúceho cestovného ruchu a vybranými tradičnými výrobkami a službami regiónu. To by mohlo mať za následok zvýšenie turizmu, propagácie a podporu ekonomiky v Strednopovažskom regióne.

Zároveň nás zaujímalo, či by mal trh regionálnych výrobcov, producentov a a poskytovateľov služieb záujem o túto značku, prípadne koľko z nich by spĺňalo

podmienky. Na základe rozhovorov s remeselníkmi, známymi či z informácií dostupných na internete sme vybrali iba malú vzorku z toho, čo ponúka tento región,. Z rozhovorov s remeselníkmi vyplynulo, že by veľmi ocenili spoločné označenie, ktoré by zvýšilo povedomie o ich produktoch medzi verejnosťou, podporilo propagáciu týchto produktov a v konečnom dôsledku by malo vplyv na zvýšenie ich predaja.

Záver

Základným cieľom bakalárskej práce bolo navrhnúť označovanie regionálnych a tradičných produktov vo vybranom regióne ako nástroj podpory cestovného ruchu v danom regióne.

V teoretickej časti práce sme sa venovali vymedzeniu pojmov región, tradičný a regionálny produkt a ich vplyvom na cestovný ruch. Zistili sme, že vo veľkej miere máme zachované kultúrne tradície, najmä folklór, remeselné práce či gastronómiu. Tieto všetky produkty, či už prírodné alebo vytvorené človekom napomáhajú k uspokojeniu aj náročných zákazníkov z domáceho alebo zahraničného prostredia.

V praktickej časti práce sme sa zamerali na Strednopovažský región, konkrétne trenčiansky okres a okolie. Zistili sme, že predpoklady a príležitosti na rozvoj cestovného ruchu sú v Strednopovažskom regióne dostatočné. Predispozície tohto regiónu na rozvoj sú hlavne v agroturistike, vidieckom cestovnom ruchu, cykloturistike.

Naša pozornosť sa sústredila najmä na preskúmanie podmienok návrhu zavedenia značky „regionálny produkt Stredné Považie“. Skúmaním a rozhovormi s remeselníkmi sme zistili, že tu takéto spoločné označenie a združenie ich početných miestnych produktov a služieb chýba. Na základe týchto informácií vznikol náš návrh na túto značku a myslíme si, že vznik tohto spoločného označenia by mohol zlepšiť propagáciu výrobcov regionálnych produktov aj cestovný ruch v danom regióne.

Zoznam použitej literatúry

1. HRUBALOVÁ, Lucia. *Regionálne produkty v ponuke cestovného ruchu v Slovenskej republike a Českej republike* [elektronický zdroj]. 2015 [cit. 2020-04-24]. Dostupné na: https://www.academia.edu/28769157/REGION%C3%81LNE_PRODUKTY_V_PONUKE_CESTOVN%C3%89HO_RUCHU_V_SLOVENSKEJ_REPUBLIKE_A_%C4%8CESKEJ_REPUBLIKE
2. JAROSSOVÁ, Malgorzata A. – ŠUPOLOVÁ, Veronika. Regionálne označovanie produktov v krajinách V4 (Poľsko, Slovensko, Česko a Maďarsko) [elektronický zdroj]. In *Studia commercialia Bratislavensia*, roč. 8, č.32. 4/2015. Str. 559-570 [cit. 2020-05-23]. Dostupné na: https://of.euba.sk/www_write/files/veda-vyskum/scb/vydane-cisla/2015-04/scb0415_Jarossova-Supolova.pdf
3. KARKALÍKOVÁ, Marta. *Kvalita produktu v službách a cestovnom ruchu*. Bratislava : Ekonóm. 2017. 228 s. ISBN 978-80-225-4478-8.
4. KMECO, Ľubomír. *Regionalizácia a stratégia cestovného ruchu na Slovensku*. [elektronický zdroj]. 2016 [cit. 2020-05-15]. Dostupné na: https://karolinum.cz/data/clanek/2992/Iurid_3_2016_13_Kmeco.pdf
5. KONEČNÁ, Anna. *Regionálna spolupráce v cestovnom ruchu*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2004. 160 s. ISBN 80-225-1816-6.
6. KRŇÁČOVÁ, Paulína - KIRNOVÁ, Lenka. Regionálne produkty z pohľadu spotrebiteľov [elektronický zdroj]. In *Studia commercialia Bratislavensia*, roč. 8, č. 29. 1/2015. s. 48-61 [cit. 2020-05-23]. Dostupné na: https://of.euba.sk/www_write/files/veda-vyskum/scb/vydane-cisla/2015-01/scb0115_Krnacova-Kirnova.pdf
7. MAGUROVÁ, Hana a kol. *Základy práva v cestovnom ruchu pre ekonómov*. Bratislava : Wolters Kluwer s.r.o. 2016. 184 s. ISBN 978-80-8168-491-3.
8. *MAS Kopaničiarsky región* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-02]. Dostupné na: <https://kopaniarskyregion.sk/>
9. MICHÁLKOVÁ, Anna a kol. *Regionálny cestovný ruch*. Bratislava : Vydavateľstvo EKONÓM, 2013. 108 s. ISBN 978-80-225-3604-2.
10. MICHÁLKOVÁ, Anna - KUBIČKOVÁ, Viera. *Koncepcia rozvoja cestovného ruchu destinácie Trenčín región na obdobie 2020 – 2024* [elektronický zdroj].

- 2020 [cit. 2020-05-18]. Dostupné na: <https://www.trencinregion.sk/documents/pages/5/a9fa4ff.pdf>
11. MDV SR. *Koncepčné dokumenty* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-16]. Dostupné na: <https://www.mindop.sk/ministerstvo-1/cestovny-ruch-7/legislativa-a-koncepcne-dokumenty/koncepcne-dokumenty>
 12. Národná sieť Miestnych akčných skupín. *Členovia NS MAS SR* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-23]. Dostupné na: <https://www.sietmas.sk/clenovia-ns-mas-sr.html>
 13. NOVACKÁ, Ľudmila a kol. *Cestovný ruch, technika služieb, delegát a sprievodca*. Bratislava : Ekonóm. 2014. 476 s. ISBN 978-80-225-3948-7.
 14. PALENČÍKOVÁ, Zuzana. *Produkty cestovného ruchu*. Nitra : Fakulta stredoeurópskych štúdií UKF v Nitre. 2015. 102 s. ISBN 978-80-558-0963-2.
 15. MPA RV SR. *Čo je to politika kvality?* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-20]. Dostupné na: <https://www.mpsr.sk/politikakvality/index.php?go=1>
 16. *Regionálny produkt Gemer-Malohont* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-25]. Dostupné na: <https://www.prodrukty.gemer-malohont.sk/>
 17. *Regionálny produkt Hont* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-25]. Dostupné na: <https://www.prodrukthont.sk/>
 18. *Regionálny produkt Karsticum* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-25]. Dostupné na: <http://www.karsticum.sk/Page/Domov>
 19. *Regionálny produkt Kopanice* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-25]. Dostupné na: <http://www.kopanice.regionalneprodukty.sk/>
 20. *Regionálny produkt Malodunajsko – Galantsko* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-25]. Dostupné na: <http://www.mas-scv.sk/regionalny-produkt/regionalny-produkt-malodunajsko-galantsko-1/>
 21. *Regionálny produkt Podpolanie* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-25]. Dostupné na: <https://regionalnyproduktpodpolanie.sk/>
 22. *Regionálny produkt Ponitrie* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-25]. Dostupné na: <https://www.prodruktponitrie.sk/>
 23. *Regionálny produkt Záhorie* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-25]. Dostupné na: <http://www.zahorie.regionalneprodukty.sk/>
 24. SAMSON, Štefan a kol. *Regionálna ekonomika*. Košice : Ekonomická fakulta Technickej univerzity v Košiciach. 2001. 234 s. ISBN 80-7099-716-8.

25. SLOVAKIA TRAVEL. Strednopovažský región (Stredné Považie) [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-06-07]. Dostupné na: <https://slovakia.travel/strednopovazsky-region-stredne-povazie>
26. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1151/2012 z 21.novembra 2012 o systémoch kvality pre poľnohospodárske výrobky a potraviny
27. VÝROSTOVÁ, Eva. *Regionálna ekonomika a rozvoj*. Bratislava : Iura Edition, spol s r. o. 2010. 352 s. ISBN 978-80-8078-361-7.
28. Výskumný ústav potravinársky. *Čo je politika kvality?* [elektronický zdroj]. 2020 [cit. 2020-05-20]. Dostupné na: <http://www.vup.sk/index.php?mainID=28&navID=44&start>
29. Zákon č. 539/2008 Z. z. o podpore regionálneho rozvoja